دراسات عالمية



آراء من داخل الشبكة
تأثير المواقع الإلكترونية في الاهتمامات السياسية لدى الشباب

آرثر لوبيا و تاشا فيلبوت



مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية

العدد 62

آراء من داخل الشبكة

تأثير المواقع الإلكترونية في الاهتمامات السياسية لدى الشباب

مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية

أنشئ مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية في أبوظبي بتاريخ 14 آذار/ مارس 1994، كمؤسسة بحثية مستقلة تعنى بدراسة القضايا الاستراتيجية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والمعلوماتية، التي تهم دولة الإمارات العربية المتحدة ومنطقة الخليج العربي خصوصاً والعالم العربي عموماً، ومتابعة أهم المستجدات الإقليمية والدولية.

وفي إطار التفاعل الثقافي والتعاون العلمي، يصدر المركز سلسلة **دراسات عالمية** التي تعنى بترجمة أهم الدراسات والبحوث التي تنشر في دوريات عالمية مرموقة، وتتصل موضوعاتها باهتمامات المركز العلمية، كما تهتم بنشر البحوث والدراسات بأقلام مشاهير الكتاب ورجال السياسة.

ويرحب المركز بتلقي البحوث والدراسات المترجمة، وفق قواعد النشر الخاصة بالسلسلة.

دراسات عالمية

آراء من داخل الشبكة

تأثير المواقع الإلكترونية في الاهتمامات السياسية لدى الشبان

آرثر لوبيا و تاشا فيلبوت

العدد 62

تصدر عن



محتوى الدراسة لا يعبر بالضرورة عن وجهة نظر المركز

This is an authorized translation of "Views from Inside the Net: How Websites Affect young Adults' Political Interest," by Arthur Lupia and Tasha S. Philpot, and published by *The Journal of Politics* vol. 67, no. 4 (November 2005):1122-1142. ECCSR is indebted to the author and to the publisher for permitting the translation, publication and distribution of this work under its name.

الطبعة الأولى 2007

ISSN 1682-1211

ISBN 9948-00-887-1

توجه المراسلات باسم رئيسة تحرير سلسلة **دراسات عالمية**

على العنوان التالي:

مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية

ص ب: 4567

أبوظبي، دولة الإمارات العربية المتحدة

هاتف: +9712-4044541

فاكس: +9712-4044542

E-mail: pubdis@ecssr.ae

Website: http://www.ecssr.ae

المحتويـات

مقدمة*

غالباً ما يُعد المواطنون أصحاب الاهتمامات السياسية، ركناً مهماً من أركان أي نظام ديمقراطي يؤدي مهماته بكفاءة. ومتى استخدم مصطلح "الاهتمام السياسي" في سياقات كهذه، فإنه يدل على رغبة المواطن في توجيه اهتمامه لظواهر سياسية على حساب موضوعات وقضايا أخرى. وحين نقول: إن شخصاً ما يولي الأمور السياسية اهتماماً شديداً، فنحن إنما نعني أنه ومن هم على شاكلته يقضون وقتاً طويلاً في تركيز اهتمامهم على مهمات أو مواد ذات طابع سياسي. وعندما نصف أحد الناس بأنه غير معني كلياً بذلك، فإننا نقصد أنه يخصص كل وقته وطاقته لأمور واهتمامات غير سياسية.

وشأننا - شأنَ غيرنا من الباحثين المتخصصين - معنيون بمسألة "الاهتمامات السياسية" نظراً إلى تماثلها والسمات والخصائص الأخرى المفضلة اجتماعياً؛ ففيربا وشلوزمان وبرادي، على سبيل المثال، يرون أن «من المرجح إلى حد كبير أن أولئك المواطنين المهتمين بالسياسة - أي الذين يتابعون القضايا السياسية، ويهتمون بما يقع من أحداث، ويشغلهم أمر من يفوز بالانتخابات ومن يخسر فيها - سيتحولون إلى ناشطين سياسيين» (Verba, Schlozman and Brady 1995, 345). ويذهب ديلي كاربيني وكيتر إلى القول: إن «المؤشر الذي ينبئ بكل أنواع المعارف السياسية التي قمنا بدراستها يُجلَّى في إبداء الاهتمام بالسياسة» (Delli Carpini and Keeter 1996, 175). ويطرح باحثون آخرون أن الاهتمام الشديد بما يتم في الساحة السياسية، يعود بالفائدة على المجتمع والأفراد معاً، بأشكال وطرائق إضافية (انظر على سبيل المثال: Mansbridge 1999; Schuessler 2000).

وأصبحت مؤشرات تناقص الاهتمام المستمر بالشؤون السياسية تثير الانتباه وتبعث القلق، مثلما هي الحال بالنسبة إلى الشبان الأمريكيين الذين بلغوا سناً تجيز لهم الإدلاء

* مؤلفا هذه الدراسة هما: آرثر لوبيا أستاذ العلوم السياسية في جامعة ميتشيجان، وتاشا فيلبوت الأستاذ المساعد للعلوم السياسية في جامعة تكساس بأوستن.

بأصواتهم. واستناداً إلى البيانات الواردة في تقرير "The American Freshman" – الذي يصدره سنوياً معهد بحوث التعليم العالي بجامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس – يرى سول أنه:

> ليس هناك طوال السنوات الأربعين المنصرمة من جيل بدا بهذا المستوى المتدني من الاهتمام بالسياسة؛ فقد أظهرت المسوحات التي أجريت على عينات نموذجية، من طلبة السنوات الأولى من مرحلة الدراسة الجامعية، أن 26٪ منهم فقط يرون أن من الجوهري أو المهم جداً متابعة شؤون الحياة السياسية. وتكاد هذه النسبة تكون الأكثر تدنياً، مقارنة بالنسبتين 50٪ و42٪ اللتين تم التوصل إليهما في مسحين مماثلين أجريا عامي 1970 و1990، على التوالي». (Soule 2001, 4)

إن هذا الاتجاه، وما يوحي به مستقبلاً من درجة الاهتمام بالسياسة، وبالمشاركة السياسية، وبالرغبة في الحصول على المعلومات ذات الصلة بذلك، قد أثارا هلع بعض الباحثين المتخصصين بهذا الشأن، فسعى بعضهم للنظر في الأسباب التي تقف وراءه. وهنا يقدم ديلي كاربيني لنا التفسير الآتي:

> إن أغلب المؤسسات الرسمية العامة إما أنها تتجاهل البالغين من الشبان والقضايا التي تهمهم، وإما أنها لا تمتلك القدرة على اجتذابهم، ومنحهم فرصاً ذات معنى؛ للمشاركة في الحياة السياسية. وثمة أحزاب، ومرشحون لا يمتلكون دافعاً كبيراً يدعوهم إلى توظيف طاقاتهم ومواردهم في عملية استقطاب الشبان الأمريكيين نظراً إلى اعتقادهم أن أفراد هذه الفئة العمرية أقل ميلاً إلى الإدلاء بأصواتهم ممن يكبرونهم سناً. وليس من المرجح أن يصغي مسؤولو الحكومة الأمريكية لأصوات الشبان الأمريكيين نظراً إلى علمهم بضعف احتمالات تعرضهم للعقاب؛ بسبب إهمالهم لهم إبّان الانتخابات. أما وسائل الإعلان فتستهدف جمهوراً أكبر سناً، وإن أخذ ينكمش. وفي غضون ذلك، تبدو المنظمات المدنية التقليدية والجماعات التي تجمع بين أفرادها مصالح مشتركة، عرضة لتأثير كيانات حكومية وضغوطها، وتسويات سياسية، وقضايا، وأساليب عمل لا تلقى هوى في نفوس الأمريكيين ممن هم في مرحلة الشباب، وممن نشؤوا في بيئة كونية تخضع لهيمنة وسائل الإعلام الجماهيرية عليها، وتتفاعل مكوناتها بوتائر أسرع. (Carpini 2000, 344)

أي إن كان بمقدور المرشحين للانتخابات، والمؤسسات، والمنظمات السياسية- بتعبير أوضح- عرض الأمور السياسية بطرائق وأساليب ذات صلة أقوى بالناخبين الشبان، فقد يمكن إبطاء وتيرة التراجع الراهن في مستوى اهتماماتهم السياسية أو وقفه، بل ربما قلب مساره تماماً.

وقد تدارسنا كيف أن ركناً جوهرياً من أركان حياتنا العامة، وهو المتمثل في الشبكة العنكبوتية العالمية World Wide Web (WWW) يمكنه أن يرفع مستوى اهتمام البالغين الشبان بالسياسة عامة. ويشتمل بحثنا على أنموذج ومسح يمكنهما أن يوضحا ما قد يحتاج إليه موقع سياسي الطابع، كيما يُحدث تأثيراً كهذا. ويكشف عملنا هذا عن أن موقعاً ما على الشبكة، يمكنه أن يؤثر إلى حد كبير في اهتمامات المواطن السياسية، متى ما رأى هذا المواطن أن الموقع يتمتع بسمات وخصائص معينة (منها- مثلاً- عدم تعصبه لحزب معين، وتقديمه محتوى متفرداً في نوعه، وقدرته على عرض المعلومات بكفاءة).

ويوضح هذا البحث أيضاً الخلاف الناشب بين المشاركين في المسح، صغاراً وكباراً، فيما يتعلق بالمواقع التي تتمتع بالخصائص المطلوبة. ولعل مجمل الدلالات الذي تنطوي عليه هذه النتائج، يُمثّل في أن زيادة اهتمام البالغين الشبان بالشؤون السياسية، تتطلب وضع استراتيجية خاصة للتواصل، تختلف عما يتطلبه رفع مستوى الاهتمام هذا لدى السكان عامة؛ فليس هناك موقع واحد هو عينه يمكنه أن يكون ملائماً للجميع.

الشبكة العنكبوتية العالمية والاهتمامات السياسية

لقد ركزنا جهدنا على الشبكة العنكبوتية العالمية؛ لأنها تشكل ميداناً جديراً بالتعويل عليه لرفع درجة الاهتمام بشؤون السياسة.[1] وطبقاً للدراسة الموسومة «الانتخابات القومية الأمريكية للعام 2000»، فإن 63٪ ممن استطلعت آراؤهم قد حصلوا على منفذ إلى شبكة الإنترنت. ومن ضمن أولئك الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 و24 عاماً، يمتلك قرابة 80٪ منهم خطاً موصولاً بالشبكة الإلكترونية. وفي الوقت نفسه فإن نطاق الشبكة آخذ في

الاتساع المستمر، بما في ذلك فضاؤها السياسي. ويحصل زوار الشبكة في التوّ على المحتوى المتوافر من المؤسسات الإخبارية - كبيرها وصغيرها - ومن الحملات السياسية، والمواقع التي تجمع بين المشاركين فيها مصلحة مشتركة، وآلاف الوكالات الحكومية (انظر على سبيل المثال: Adler, Gent, and Overmeyer 1998; Dutton et al. 2004; Owen, Davis, and Strickler 1999).

وتتأتى قدرة الشبكة بوصفها وسيلة لزيادة الاهتمامات السياسية في أنها تتيح للناس، بأدنى التكاليف، نشر أي موضوعات أو مواد عبرها، يمكن رؤيتها في كل أرجاء العالم، من خلال مجموعة كبيرة آخذة في التزايد من الوسائط والأدوات. كما أنها تيسّر عملية المزج بين النص والمعلومات المسموعة والمرئية، بأساليب من شأنها رفع مستوى الاهتمام بالمحتوى الذي تحمله الشبكة (Graber 2001)؛ ونتيجة لذلك، فهي توفر طريقة مجزية تتكافأ فوائدها وتكلفتها، يمكن من خلالها صوغ رسائل ودعوات سياسية متعددة الوسائل، لجمهور مستهدف مهم، بما في ذلك جمهور البالغين من الشبان.

أما كيف سيتصرف هذا الجمهور المستهدف أو غيره في الرد على هذه الرسائل والدعوات فهذه مسألة لما يُبت فيها بعد. وهناك من يرى؛ مثل ويبر ولوماكيس وبيرجمان، أن «المشاركة عبر شبكة الإنترنت تخلّف تأثيراً إيجابياً على مستوى المشاركة السياسية» (Weber, Loumakis, and Bergman 2003, 39). بيد أن آخرين غيرهم بدوا أكثر تشاؤماً، ومنهم ديفيز الذي يؤكد أن «شبكة الإنترنت لن تُفضي إلى الثورة الاجتماعية والسياسية التي يتنبأ الكثيرون على نطاق واسع بحدوثها» (Davis 1999, 168)، وقد خلص بيمبر إلى أن «البيئة المعلوماتية الجديدة لم تحدث تغييراً ذا شأن في مستويات التفاعل» (Bimber 2003, 24)، بل إن سونشتاين (Sunstein 2001) يجزم بأن شبكة الإنترنت ستدفع الناس إلى الانسحاب أكثر فأكثر من مسرح الحياة العامة، بدلاً من زيادة اهتمامهم بالسياسة.[2]

أما نحن فنرى الأمـور بطريقـة مختلفـة؛ فـشبكة الإنترنـت ليست بـذلك الكيـان الشامل، الذي يمكن الناس التفاعل وإيـاه برمتـه، بـل إن النـاس منفـردين، يتفـاعلون ومواقع محددة بعينها، فمتى ما استحوذ موقع ما على اهتمام المتصفِّح فلـن يكـون لـسائر الشبكة التأثير ذاته فيه.

إن شبكة الإنترنت لا تمثل الأداة الوحيدة ولا المثلى للحـصول عـلى معلومـات عـن مدى تأثيرها في تحديد مستوى الاهتمامات السياسية. ومع ذلـك، فـإن دراسـات وأبحاثـاً كالتي عرضناها سابقاً، تبني الاستنتاجات التجريبية التي خلصت إليهـا – وهـي القائمـة عادة على الملاحظة والاختبار – عـلى أسـاس مـن تلـك الدراسـات التـي سُـئل فيهـا مـن استطلعت آراؤهـم لا عن تجاربهم مع مواقع معينـة، وإنـما عـن انطباعـاتهم الـشاملة عـن "شبكة الإنترنت" بمجملها. وأساليب بحث كهذه ربما تثير من المشكلات ما يصعب على الحل – ولاسيما حين يـتم التوصـل إلى نتيجـة مفادهـا أن الـشبكة "لا تـأثير" لهـا في هـذا الخصوص – لأن مواقع معدودة فقط يمكن أن تخلّف انطباعات تظـل ماثلـة في الـذاكرة. وفي الوقت الذي يمكن فيه انطباعات كهذه أن تقوي رغبة جمهـور المتـصفحين في تحويـل مسار اهتماماتهم صوب السياسة، على حساب أمـور واهتمامـات أخـرى؛ فقـد يحـدث في الوقت نفسه أن تفاقم هذه الانطباعات مواقف التشكيك والإحباط التي يتخـذها جمهـور آخر حيال السياسة. وفي مثل هذه الحال، يصبح من الممكن أن تعمـل التـأثيرات الإيجابيـة والسلبية التي عرضناها للتو على تقليل حضور كل مـنهما في المحـصلة الإجماليـة النهائيـة؛ ولذا، فإن غياب التحرك الجمعي النهائي يمكنه أن يخفي التغيرات الكبيرة التي ستـشهدها القوى السياسية الفاعلة المهمة، حتى لو أفرزت مثل هذه المسوحات من النتـائج مـا يفيـد "غياب تأثير الشبكة".

ولأننا نستخدم منهجاً مختلفاً في بحثنا هذا، فإن الأساس المنطقي الـذي نـسترشد بـه يُمثَّل في أن الأسئلة التي تدور حول الطريقة التي تؤثر بها "شبكة الإنترنـت" في اسـتعداد المواطن لإبداء اهتمامه بالسياسة على حساب اهتمامات أخرى، يمكن الإجابة عليها بشكل أفضل من خلال التركيز على الكيفية التي تؤثر بها أنواع معينة من المواقـع في أنـواع معينـة

من الناس. وهذا النهج لا يوضح فقط "تأثير عامل شبكة الإنترنت" على الظواهر السياسية على الصعيد الفردي، بل يصبح وثيق الصلة بأولئك الذين يريدون استخدام هذه الواسطة؛ لرفع مستوى اهتمام البالغين الشبان بالقضايا السياسية (فعلى سبيل المثال نجد أن تحوير تصميم موقع ما ومحتواه أسهل كثيراً لدى معظم متعهدي تصميم المواقع من تحوير "شبكة الإنترنت").

وبناءً على الأساس المنطقي الذي أشرنا إليه، فإننا نعرض دراسة من جزأين اثنين: الأول يمثل أنموذجاً نظرياً مبسطاً، بينما يشكل الثاني مسحاً استثنائياً يتخذ من المواقع الإلكترونية أساساً له. ويستند أنموذج البحث إلى حقيقة أنه برغم أن متصفح الإنترنت أمامه ملايين المواقع ليختار منها ما يشاء، إلا أنه قادر على التركيز على موقع واحد فقط في كل مرة؛ لذلك، فإن كان موقع ما سيقوي اهتمامات المتصفح السياسية، فلسوف يتعين على المتصفح أن يولي هذا الموقع ما يكفي من الاهتمام، وأن يحفظ في ذاكرته أشياء معينة مما يراه فيه. ومن خلال دمج أفكار أساسية مستمدة من دراسات تجريبية تقوم على الملاحظة والاختبار، مع مدركات مأخوذة من نظريات منهجية في البحث عن المعلومات، فقد وضعنا سمات مميزة للمواقع التي يرجح لها رفع درجة الاهتمام بالحياة السياسية. وقد توصلنا إلى أن تصور المتصفح لفاعلية الموقع وكفاءته يُعد عاملاً مهماً وحاسماً. وفي ضوء التنافس الشديد على الفوز باهتمام المتصفح، يرجح كثيراً أن يذهب المتصفحون إلى مواقع، يرون أنها تعرض عليهم معلومات مثيرة للاهتمام، على نحو فاعل وذي كفاءة. ويوحي أنموذج بحثنا ضمناً أن البحث التجريبي في تصورات المتصفحين لفاعلية هذا الموقع أو ذاك، يمكنه أن يلعب دوراً مهماً في إثراء النقاشات الدائرة حول كيفية إحداث تأثير في اهتمامات البالغين الشبان السياسية من خلال الوسائط الإلكترونية.

ويمثل المسح الذي قمنا به محاولة لجمع مثل هذه البيانات والمعلومات، وهو قد أجري بصورة إلكترونية مع عينة عشوائية ممثلة من الأسر الأمريكية خلال الأسابيع الأخيرة من الانتخابات العامة لعام 2000. واستهل المسح بسؤال المشاركين فيه عن درجة

اهتمامهم بالأخبار والسياسة بشكل عام. ويتم من ثم- من دون إشعار مسبق- قطع الاتصال بالمشارك في المسح، والطلب إليه زيارة موقع واحد من تسعة مواقع، تم اختيارها عشوائياً مدة خمس دقائق. ويعود بعض هذه المواقع إلى مؤسسات رائدة في مجال الأخبار والمعلومات؛ ومنها على سبيل المثال محطة "سي أن أن" CNN، بينما تخضع مواقع أخرى لإدارة منظمات غير ربحية؛ مثل موقع "بروجكت فوت سمارت" Project Vote Smart. وبعد انقضاء الدقائق الخمس، يطلب من المشمولين بالمسح تقويم المواقع التي زاروها، وإيضاح كيفية تأثر اهتماماتهم السياسية بما تعرضه.

وتُظهر الدراسة أن تصورات المتصفحين فيما يتعلق بخصائص المواقع - التي يسلط أنموذج البحث الضوء عليها - تلعب دوراً مهماً في قدرة موقع ما، على التأثير في رغبة المتصفح المعلنة في إيلاء الشؤون السياسية اهتمامه مستقبلاً، على حساب قضايا أخرى. وتكشف الدراسة - أيضاً - عن أن هذه التصورات تختلف باختلاف أعمار المتصفحين.

وبحثنا هذا ينطوي على دلالتين اثنتين على أقل تقدير: الأولى هي أن نتائج كالتي توصلنا إليها، ربما لا يمكننا العثور عليها أو انتقاؤها من دراسات أو تصورات تخمينية تدور حول شبكة الإنترنت، ولعل الدارسين المتخصصين هم أفضل من يمكنهم تفهم قدرات واسطة الاتصال هذه على التأثير في مستوى الاهتمامات السياسية، من خلال الجمع ما بين الدراسات المتعلقة بشبكة الإنترنت، وبين تلك التي تدور حول تأثير هذا الموقع أو ذاك، على المتصفحين منفردين.

أما الدلالة الثانية فهي أن المحاولات التي تتخذ من الشبكة الإلكترونية أساساً لها؛ لرفع درجة الاهتمامات السياسية للشبان البالغين، يمكن أن تنتفع من التركيز على "الآراء المستخلصة من داخل الشبكة". ومهما تكن درجة الأهمية أو الجاذبية، في عرض معين، لأفكار أو برامج سياسية في نظر الناشطين أو الدعاة، فلسوف يكون له وقع مخيب للآمال، إذا كان هؤلاء الشبان البالغون سيتقبلونه على نحو مختلف أو سلبي؛ إذ إن تصورات

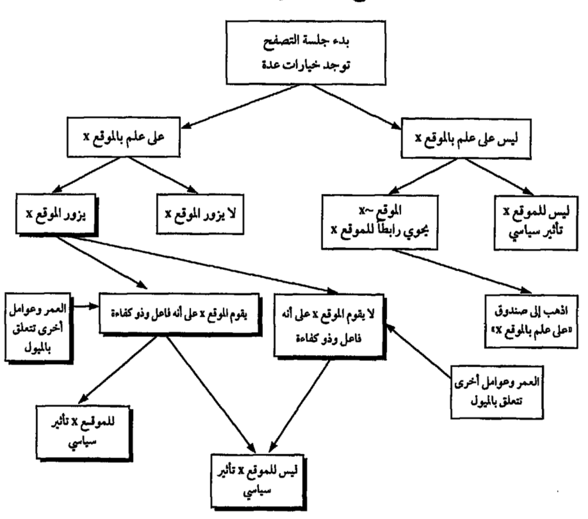
المتصفح - لا مصممي الموقع - هي التي تحدد الطريقة التي سيمكن الموقع أن يغير من خلالها مستوى الاهتمامات السياسية.

نظرية العلاقة بين الموقع الإلكتروني والاهتمامات السياسية

تستند نظريتنا إلى مقدمة منطقية مفادها أنه من الجدير بالاهتمام التركيز على الكيفية التي يمكن الموقع بها التأثير في الأفراد، ويصور الشكل (1) الأنموذج الذي وضعناه؛ لتوضيح التأثير الذي يمكن الموقع أن يحدثه.

الشكل (1)

العلاقة بين الموقع الإلكتروني والاهتمامات السياسية



ويبدأ الأنموذج (في أعلى الشكل) بما أسميناه "جلسة تصفح"، تجمع ما بين المتصفح ومنفذ يصله بشبكة الإنترنت، وهذا الأنموذج يسعى في المقام الأول إلى معرفة كيفية

إمكان الموقع الذي تتم زيارته، خلال الجلسة أن يحدث أثراً في المتصفح، واحتمال أن يحدث هذا الأثر بالفعل أو لا. و(في أسفل الشكل) تعرض المقاطع النهائية للنتائج المحتملة لمثل هذه "الجلسة". ولسوف يتضح لنا من تتبع مسارات الشكل المتعددة، متى يكون لتصفح موقع بعينه تأثير في اهتمامات المتصفح السياسية. وتدل أجزاء الشكل المؤطرة بلون داكن على المحور الرئيسي لعملنا، وهو ما سنعود للحديث عنه فيما بعد.

هناك في الشبكة – ابتداءً – الملايين من المواقع، بيد أن المتصفح يركز أنظاره على موقع واحد منها في كل مرة، وهو في تلك اللحظة قد يكون عالماً بوجود الموقع X، وربما لا يكون كذلك. وبطبيعة الحال، فهو لن يذهب إلى زيارته إن لم يكن على علم بوجوده. وإذا تنبه المتصفح إلى وجود هذا الموقع من خلال أحد المواقع، التي صار يتصفحها خلال "الجلسة"، (ربما عبر رابط link، أو مادة مرجعية، أو إعلان دعائي)، فلسوف يصبح بالطبع عالماً بوجوده. وبخلاف ذلك، فإن المتصفح سينهي "جلسة التصفح" غير عارف بوجود الموقع X؛ ومن ثم فلن يكون لهذا الأخير تأثير في اهتمامات المتصفح السياسية خلال "الجلسة". ومتى ما أصبح المتصفح على علم بالموقع X، فهو قد يتجه لزيارته، وإذا لم يفعل ذلك، فإن الموقع لن يحدث تأثيراً – مرة أخرى – في اهتماماته السياسية خلال "الجلسة".[3]

لننظر الآن في حال ذهاب المتصفح لزيارة الموقع X في أثناء "الجلسة"، فهو آنذاك سيكون قادراً على التوقف عن تصفح الموقع في أي لحظة، وقد يتجه لزيارة أي موقع من ملايين المواقع الأخرى المتاحة أمامه، أو ربما فضّل فعل شيء آخر غير البحث في الشبكة. ومهما يكن من أمر المتصفح – لكي يكون لموقع ما تأثير في اهتماماته السياسية – فإن على الموقع أن يستحوذ على اهتمامه فترة كافية من الوقت. وبخلاف ذلك، فإن محتوى الموقع لن يستطيع أبداً الانتقال من مرحلة الذاكرة القصيرة الأجل(التي لا ترقى إلا قليلاً عن مركز احتجاز معرفي قليل السعة، وقابل للتحلل بمعدلات عالية، انظر: Kandel, Schwartz, and Jessell 1995, 664) إلى أخرى طويلة الأجل (تشكل شرطاً ضرورياً للموقع المؤثر؛ لإحداث تأثير في المواقف والاتجاهات المستقبلية).

ووفقاً للمنطق الذي تستند إليه نماذج البحث في الكثير من العلوم الاجتماعية، فإن المتصفح لن يخصص لموقع ما، مصادره المعرفية الشحيحة إلا إذا عاد عليه هذا الموقع، بمنافع وفوائد أكبر من تلك التي قد يوفرها له منفذ آخر، بإمكانه الوصول إليها فيه (انظر على سبيل المثال المراجعة الواردة في: Lupia and McCubbins, 1998, Chapter 2). ولا ريب في أن سمات الموقع المؤثر – الذي يمكنه الاحتفاظ باهتمام المتصفح – تتباين؛ وفقاً لتوقعات هذا المتصفح، والوسط الذي يحيا فيه (انظر على سبيل المثال: Schacter 2001).

ولأغراض هذا البحث فإن ما نريد قوله هو أن الموقع لن يظل مستحوذاً على اهتمام المتصفح، أو يفرض تأثيره في اهتماماته السياسية، إلا إذا وجد المتصفح أن هذا الموقع صار مصدراً يزوده بمعلومات مثيرة للاهتمام، بأسلوب مؤثر وذي كفاءة. وفي حال كهذه، لا يرجح أن يعمد هذا المتصفح إلى التخلي عن تصفح الموقع، والتوجه – بدلاً من ذلك – لتغيير الموقع أو الخروج من شبكة الإنترنت، مثلاً؛ وبكلمة أخرى، فإن كان الموقع سيزود المتصفح بمعلومات لا يجدها جديرة باهتمامه، أو زوده بمعلومات مثيرة للاهتمام بأسلوب يراه المتصفح بطيئاً، أو يصعب عليه بسببه استرجاع المعلومات المختزنة في الحاسوب عند الاقتضاء، فإن من المرجح إلى حد كبير أن يولي هذا المتصفح أموراً أخرى اهتمامه.[4]

وإذا كان المتصفح سيقضي ما يكفي من الوقت؛ لمتابعة الموقع وبذل طاقته في التعامل وإياه، فإنه سيبدأ حينئذٍ الاستزادة من محتواه (انظر على سبيل المثال: Kandel, Schwartz, and Jessell 1995, Chapter 35; Petty and Cacioppo 1986). ومتى ما فعل ذلك، فإنه سيقارن هذا المحتوى بما يحمله حالياً من معتقدات، وإذا ما خلص إلى أن المعلومات الجديدة التي حصل عليها على قدر كافٍ من الأهمية والموثوقية، فإنه سيوظف قدراته العقلية لتحديث معتقداته هذه. وإذا كان المتصفح سيوظف ما يكفي من قدراته هذه، مادامت هذه المعلومات مبتكرة وغير مسبوقة بما يكفي، فإن الموقع X سيكون قد خلق ذاكرة متميزة.

ويعد تغيير إحدى خصائص الذاكرة (أي عندما يُمثِّل هذا التغيير في تكوين ذاكرة جديدة أو في تقوية الذاكرة الحالية، أو وقف نشاطها) شرطاً أساسياً لكي يتمكن الموقع من أن يرفع مستوى اهتمامات المتصفح السياسية؛ لأن الموقع X إن لم يكن سيغير معتقدات المتصفح بشأن مسألة من المسائل، فلن يكون هناك من سبب يدعوه إلى إيلاء السياسة قدراً من الاهتمام، مغايراً لما كان يوليها إياه من قبل. إن هذا التغيير يمكن أن يطرأ على الأهمية التي يمنحها المتصفح شخصياً، قضية سياسية معينة (كمواجهة حقائق جديدة تتعلق بالسياسات البيئية، أو بحالات الإجهاض الذي يتم في مراحل متأخرة من الحمل)، أو إدراك المرء أن إلمامه بشؤون السياسة يغدو أمراً أسهل (أو أصعب) مما كان يتصوره من قبل، أو حتى بما يتعلق بالاستنتاج الذي يتوصل إليه المتصفح في أن الموقع X جدير بالزيارة مرة أخرى، وهو الاستنتاج الذي يعود بالمتصفح إلى مرحلة "الآراء"، من أنموذج بحثنا، ويتيح للموقع – في الوقت نفسه– فرصاً جديدة للتأثير في المتصفح.

وخلاصة القول هي أن الموقع X لن يكون قادراً على رفع مستوى اهتمامات المتصفح السياسية، خلال "جلسة التصفح" إلا إذا كان المتصفح:

- على دراية بهذا الموقع، أو يزور موقعاً ينبهه إلى وجوده.
- أو يزور الموقع بالفعل.
- أو قد خلص إلى أن هذا الموقع يزوده بمعلومات مثيرة للاهتمام، بأسلوب مؤثر وذي كفاءة.
- أو يقضي ما يكفي من الوقت في متابعة الموقع والاستزادة من محتواه.
- أو أنه سيطرأ تغير على معتقداته (بفعل هذه الاستزادة)، فيما يتعلق ببعض الظواهر؛ فيغير لاحقاً اهتمامه بالسياسة.

ولا خلاف في أن إخفاق الموقع X في تلبية أي من هذه الشروط سيكون كافياً كي يفقد الموقع تأثيره خلال "جلسة التصفح". ولنا أن نضيف هنا: أن هذا الموقع إذا كان

سيستوفي هذه الشروط بالنسبة إلى نوع واحد من الأشخاص - وليكن، مثلاً، شخصاً بالغاً أكبر سناً - فهذا لا يعني بالضرورة أنه سيلبي هذه الشروط في تقدير أشخاص آخرين، كالبالغين ممن هم في عمر الشباب. وفي واقع الحال، فإن ثمة أبحاثاً أُصدرت حديثاً، تكشف عن اختلافات جوهرية ذات صلة بالسن، وعن أن أشكالاً عدة من محتويات الشبكة والمواقع، يمكن أن تثير اهتمام الصغار والكبار من البالغين (Lyengar and Jackman 2003; Lenhatr, Rainie, and Lewis 2001; Frydlewicz 2002)؛ ولذا، وبالنسبة إلى أولئك الذي يسعون للتوصل إلى قرار حول إمكان موقع معين أن يؤثر في الاهتمامات السياسية لجمهور مستهدف بذاته (كالبالغين الشبان، مثلاً) أو لا، فإن من الأهمية بمكان تجميع البيانات اللازمة؛ لتحديد احتمال أن يرى هذا الجمهور هذا الموقع بالطريقة التي تلبي الشروط المدرجة سابقاً أو لا.

منهج المسح وبياناته

مثلما أوضحنا من قبل، فإن عدداً من الباحثين المتخصصين قد خرج بادعاءات عامة عن تأثيرات شبكة الإنترنت في اهتمامات المرء السياسية، بيد أن فئة قليلة من هؤلاء أقامت استنتاجاتها على حجج أو دلائل مباشرة، تتعلق بطبيعة التفاعلات ما بين مستخدمي المواقع. ولسوف نستعرض فيما يأتي بحثاً يتقصى هذه التأثيرات؛ ليتيح لنا بذلك تقويم ما يسمى "النتائج الصفرية" nulls لثلاث فرضيات رئيسية، حول التوافق القائم ما بين تصفح المواقع الإلكترونية والاهتمامات السياسية، بعد استخلاصها من الأنموذج النظري للبحث، والدراسات والأعمال البحثية التجريبية السالفة الذكر، وهذه الفرضيات هي:

- كون تأثير شبكة الإنترنت في الاهتمامات السياسية يعتمد على الموقع/ المواقع التي تتم زيارتها.
- كون تأثير الموقع في الاهتمامات السياسية يعتمد على عمر المتصفح.
- كون تأثير الموقع في الاهتمامات السياسية يعتمد على كيفية رؤية المتصفحين للموقع المعني.

لقد أُجري المسح بتكليف من "مؤسسة ماركـل" Markle Foundation، وبتمويـل منها، وهو يركز أساساً على مواقع في شبكة "ويب وايت آند بلو نيتـوورك" Web White & Blue Network، التي تضم سبع عشرة مؤسسة مـن كبريـات المؤسـسات الإخباريـة، وأبرز مواقع شبكة الإنترنت التي تسعى جميعاً لتسليط الضوء على قـدرة شـبكة الإنترنـت على توسيع دائرة مشاركة المواطنين في الحياة السياسية. وتشتمل قائمة أعضاء هذه الـشبكة على محطتي "سي أن أن" CNN و"فوكس نيوز" Fox News، وعلى صـحيفتي نيويـورك تايمز *The New York Times* ويو أس أيـه تـوداي *USA Today*، وعـلى موقـع "يـاهو" Yahoo. وعلاوة على ذلك، فإن موقع webwhiteandblue.org – الـذي تمولـه مؤسـسة ماركل – يعرض محتوى تجديدياً مبتكراً.[5] وتولي دراسـتنا هـذه المواقـع المـشار إليهـا آنفـاً، إضافة إلى غيرها مثل موقع vote-smart.org، اهتماماً خاصاً، وتؤكد لنا نفع المقارنـة التـي أجريناها بين تلك المواقع وشبكة "ويب وايت آند بلو نيتوورك".[6]

وقد تم اختيار المشاركين في المسح من مجموعة فرعية منتقاة، تشكل جزءاً من هيئة مـا يسمى "شبكات المعرفة" Knowledge Networks.[7] ويشكل هؤلاء عينة تمثل كل البلاد، وقد أعدت وفقاً للأسلوب ذاته المعتمد في المسوحات الرئيسية التـي تتخـذ مـن الهـاتف وسيلة أساسية لها؛ حيث تتولى المؤسسة الحصول على أسـماء المـشاركين بطريقـة الاختيـار العشوائي الرقمي لأفـراد العينـة. وحالمـا يتحقـق الاتـصال الرقمـي بهـم، تُعـرض عـلى المشاركين المحتملين فرصـة النفـاذ إلى مـا يمكـن تـسميته خدمـة "التلفزيـون الـشبكي" WebTV (وهي خدمة تتيح للناس الـدخول إلى شـبكة الإنترنـت، باسـتخدام أجهـزتهم التلفزيونية) إلى جانب الحصول على مكافآت أخرى مقابل المشاركة بصفة أعضاء في هيئـة "شبكات المعرفة"؛ ليقوموا – من ثم بصفتهم هذه – بـإكمال متطلبـات المـسح التـي تـتم إدارتها إلكترونياً.[8] وقد اشتملت العينة التي اخترناها على 1199 عضواً في هذه الهيئـة، تـم الالتقـاء بهـم إلكترونيـاً، خـلال الفـترة مـا بـين 13 تـشرين الأول/ أكتـوبر و6 تـشرين الثاني/ نوفمبر من عام 2000. وباستخدام المقياس المعياري للجمعيـة الأمريكيـة لبحـوث الرأي العام (AAPOR)، فقد بلغ معدل الاستجابة 55٪.[9]

ومع أن المسوحات التي تتم عبر شبكة الإنترنت لما تعتمد بعد أسلوباً قياسياً في علم السياسة، فإنها تنطوي على حسنات مهمة عدة، تتميز بها على الوسائل التقليدية لجمع البيانات على صعيد جماعي. وأولى هذه الحسنات أن السؤال الذي يُقرأ عبر الهاتف ستمكننا طباعته على الشاشة؛ بما يساعد المشاركين على التحكم في معدل سرعة تقدم اللقاء، بينما يُمثِّل الحسنة الأخرى في أن هذه المسوحات "الإلكترونية" ستسمح للخصائص البصرية بأن تصبح جزءاً من التصميم التجريبي (انظر على سبيل المثال: Prior 2002). وكما سنوضح لاحقاً، فإن الميزة الرئيسية في دراستنا هذه، هي أن تقنيات "شبكات المعرفة" قد أتاحت لنا إجراء بحث يشتمل على انتقالات سلسلة ما بين اللقاءات التي أجريت في إطار المسح، وبين جلسات التصفح للإنترنت التي سبقت الإشارة إليها.[10]

ويبدأ اللقاء عادة بتوجيه أسئلة قياسية عن النشاط السياسي، واستخدام شبكة الإنترنت؛ ومن ثم يحدد جهاز اختيار الرقم العشوائي صيغة ما، سيتلقاها المشارك من صيغ السؤال الآتي: «هل سمعت من قبل بموقع... [يُدرج اسم الموقع]؟» ولهذا السؤال تسع صيغ، كل واحدة منها تتطابق واسم أحد المواقع التسعة التي اختيرت لبحثنا هذا. ولأولئك الذين يجيبون بـ «نعم»، فإن السؤال اللاحق الذي سيوجه إليهم هو: «هل سبق أن قمت بزيارة موقع... [يُدرج اسم الموقع نفسه] من قبل، للحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بحملة الانتخابات الرئاسية؟». إثر الإجابة على هذين السؤالين، سيتلقى المشارك، من غير إخطار مسبق، الرسالة الآتية:

> سنحولك الآن إلى موقع... [يُذكر اسم الموقع]، ونود أن تقوم باستخدامه خلال الدقائق الخمس القادمة؛ للتعرف على ما يتعلق بمرشحي حملة الانتخابات الرئاسية. ومع انتهاء جلسة الدقائق الخمس هذه، سيتم استئناف اللقاء، وسنطرح عليك بعض الأسئلة بشأنه.

وتم قطع اللقاء مرة واحدة مع 453 مشاركاً في المسح، بينما قوطع 746 مشاركاً مرتين، وقد تم في عملية القطع الأولى إحالة جميع المشاركين على موقع: webwhiteandblue.org.[11]

أما في الثانيــة، فقـد أحيــل المشاركـون بـصـورة عـشـوائيـة علــى أحــد المـواقــع الثمانيــة الآتيــة:

cnn.com; foxnews.com; isyndicate.com; politics.Yahoo.com; nytimes.com; politicalinformation.com; usatoday.com; vote-smart.org.

وبهذه الطريقة أمكننا التحكم في الآثار السببية المترتبة على تصفح مواقع شتى.[12] فقد سمح لنا اختيار المواقع اختياراً عشوائياً للمشاركين في المسح، تفادي الانحياز في الاختيار الـذي يمكنه أن ينشأ نتيجة المعرفة المسبقة بموقع معين، أو بمستوى الاهتمامـات الـسياسية لهـذا المشارك أو ذاك.[13]

ويشكل عدد المواقع التي استخدمت في المرة الثانية لقطـع اللقـاء، دالـةً عـلى حجـم العينة وعلى الرغبة في ألا يقل عدد متصفحي الموقع الواحد عن 75 مشاركاً. وكان المعيـار الذي وضعته "مؤسسة ماركل" لنفسها لاختيار المواقع يقضي أن يقع القسم الأعظـم مـن هذه المواقع – لا كلها – ضمن شبكة "ويب وايت آند بلو نيتوورك".

أما المعيار الذي تبنيناه في مسحنا فهو التباين في طبيعة المواقع، من حيث كونها تجاريـة أو غـير ربحيــة، ومــن حيــث احــتمالات معرفــة المـشاركين في المـسح بهـذه المواقــع، أو استخدامهم إياها. وعقب كل جلسة من جلسات التصفح، كنا نسأل هؤلاء المـشاركين إن كانوا يقرون جملة من المقولات، أو يعترضون عليها، وبعض هذه المقولات يراد به الخروج بـ "تقويمات للمواقـع"؛ ومنهـا مـثلاً: «أن بإمكـاني اسـتخدام موقــع... [يـذكر اسـمه]؛ للحصول على المعلومات التـي أريـدها بـسرعة ويـسر»، عـلى حـين أريـد لمقـولات أُخـر استشراف التأثير الشخصي للموقع؛ أي التيقن من أن الموقع كان لـه تـأثير في الاهتمامـات السياسية للمشارك أو لا؛ وبكلمة أخرى، فإن دراستنا هذه تركز على الأجزاء من أنموذج تأثير الموقع، التي طبعت بلون داكن (في الشكل 1). وهذا الأنموذج يبدأ عند المرحلة التي يشرع فيها المشارك بتصفح الموقع، وينتهي بالنتائج التي ترتبت على تصفحه له.

وعلى أي حال، فإن الخطوة الأولى من تحليلاتنا تتمثل في افتراض تباين درجة الاهتمامات السياسية لدى أفراد العينة المشاركين في المسح. وفي ضوء مستويات الاهتمامات السياسية القائمة لديهم، سنقوم بالتحقق من كون هذه المستويات ستتأثر - ولو قليلاً - نتيجة تصفح مواقع مختلفة أو لا. وفي خلال هذه العملية، سنركز اهتمامنا على تحديد كون تأثير هذه المواقع مرهوناً بعمر المتصفح أو لا.

ومثلما فعل باحثون آخرون قبلنا (ومن هؤلاء على سبيل المثال: Almond and Verba 1963; Verba and Nie 1972)، فنحن نقيس مستوى الاهتمام السياسي بوصفه دالة على استعداد المشارك لإيلاء الشؤون السياسية اهتمامه على حساب شؤون أخرى. واستند مقياسنا لهذا المتغير التابع - من حيث هو مؤشر جمعي ثلاثي العناصر - إلى الأجوبة المعطاة للمقولات الآتية المتعلقة بهذا الاهتمام:

- هذا الموقع... [يُدرج اسمه] يجعلني راغباً في معرفة المزيد من الأمور السياسية.
- هذا الموقع... [يُدرج اسمه] يزيد احتمال رغبتي في التحدث عن الأمور السياسية مع الآخرين.
- هذا الموقع... [يُدرج اسمه] يزيد احتمال قيامي بالتصويت في الانتخابات القادمة.

وقد أعطينا الأجوبة المقدمة لكل مقولة من هذه المقولات درجات تبدأ من (صفر) وتنتهي بـ (1)، فالجواب الذي يتفق صاحبه بقوة وأي مقولة من المقولات السابقة ينال درجة (1)، بينما ينال الجواب الذي يعترض صاحبه بشدة على المقولات السابقة درجة (صفر)، وتتراوح الدرجات التي تمنح للقيم التي تقع بين (صفر) و(1) من 0.25 إلى 0.75. وقمنا؛ من ثم، بإضافة الدرجات التي حصل عليها كل عنصر إلى مؤشر التأثير السياسي الذي يتراوح بين (صفر) و(3). وبناءً على ذلك، فإن العلاقة التبادلية بين هذه العناصر ستتراوح بين 0.55 و0.72، وسيكون معامل الاعتمادية لها 0.83.[14]

وتقيس المتغيرات المستقلة أسماء المواقع التي زارها المتصفحون، وعمر كل منهم. ولغرض تقويم الآثار ذات الصلة بالموقع تحديداً، أضفنا متغيرات وهمية [تسمى بالإنجليزية dummy variables] لجميع المواقع (باستثناء واحد منها)، التي خصصت بشكل عشوائي للمشاركين في المسح. وكان الموقع المستثنى هو موقع foxnews.com، وبذلك فإن معاملات "المتغيرات الوهمية" ذات الصلة بالموقع تحديداً، ستعكس تأثير الموقع الذي تمت تسميته مقارنة بموقع "فوكس نيوز". ويعد متغير العمر أحد هذه المتغيرات الوهمية، ويساوي (1) بالنسبة إلى ذوي الأعمار من 18 إلى 24 سنة، و(صفراً) بالنسبة إلى ذوي الأعمار من 25 سنة فأكثر. وقد عرضنا العمر على هذا النحو؛ لتسليط الأضواء على الفوارق والاختلافات بين المشاركين الأصغر سناً وغيرهم. ولغرض توثيق الآثار المرتبطة بالعمر، والتي يُحدثها موقع معين، أقمنا رابطة تفاعلية بين العمر وكل متغير من المتغيرات الوهمية المرتبطة بالموقع.

وعلى صعيد آخر، نجد أن عمليات التحليل الارتدادي [وهي عملية إحصائية تبين ترابط مجموعة من المتغيرات]، باستخدام ما اصطلح على تسميته "المربعات الصغرى العادية" (OLS)، تشتمل على مجموعات من متغيرات التحكم، وأولى هذه المجموعات كانت قد حلت بديلاً من العوامل التي ارتبطت بمحصلات معينة؛ كالاهتمامات السياسية مثلاً. وتعمل هذه المتغيرات على قياس العوامل الديمغرافية الأساسية (العرق، والجنوسة، والدخل، والمستوى التعليمي)، والعوامل السياسية (هوية المشارك الحزبية، ومستوى الارتباط والولاء الحزبيين).

وقمنا أيضاً بتقويم وضعية المشارك قبل استخدام شبكة الإنترنت؛ لكي نقف على الاختلافات القائمة ما بين المستخدمين الدائمين وغير الدائمين لهذه الشبكة (أي معرفة إن كان المشارك قد استخدم شبكة الإنترنت من قبل، أو استخدم الموقع الذي حُدد بصورة عشوائية).

النتائج

تمت الإشارة من قبل إلى أن الفئة العمرية الصغرى سناً هي الأكثر استخداماً لشبكة الإنترنت، والأقل انخراطاً في الشؤون السياسية. ويأتي الجدول (1)؛ ليؤكد أن العينة التي اخترناها تقع ضمن هذا الوصف، فهو يظهر ضعف احتمالات توجه المشاركين ممن هم في مرحلة الشباب إلى المواقع الإلكترونية - مقارنة بغيرهم - للحصول على الأخبار العامة، أو السعي للحصول على الأخبار السياسية، في الحالات التي يبحثون خلالها عن مثل هذه الأخبار. وتعزز هذه النتائج الصورة النمطية الشائعة للمواطنين اليافعين، ممن يظهرون فيها بوصفهم "متهربين" متى ما تعلق الأمر بشؤون السياسة. وتؤكد هذه النتائج أيضاً أن مجرد توافر المنافذ الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية ليس بكافٍ لاجتذاب أعداد كبيرة من الشبان.

ومع ذلك، فإن مثل هذه النتائج لا يعالج قضايا تتعلق بتحديد إمكان موقع معين بذاته أن يُحدث فارقاً ما أو لا، أو بتحديد الشريحة السكانية التي يمكن أن يُحقَّق فيها هذا الفارق. ومن هنا، وفي الوقت الذي تخلص فيه دراسات سياسية عدة، وأُخَر تدور حول شبكة الإنترنت إلى نتائج مماثلة لتلك التي جاء بها الجدول (1)، فإننا ننتقل إلى عرض تحليل ما يمكن أن يحدث عند تفاعل الناس ومواقع إلكترونية محددة. ونحن في هذا السياق نوجه اهتماماً خاصاً بثلاث فرضيات جدلية، شكلت الحافز لأبحاثنا التجريبية.

ويعرض الجدول (2) النتائج الرئيسية التي توصلنا إليها، فهو يشتمل على أربعة أعمدة، يشير كل منها إلى تقويم مستقل، ونود أن نلفت الانتباه إلى العمودين الواقعين في أقصى الطرف الأيمن، تحت عنوان "العمر والموقع الإلكتروني"، وهما اللذان سنعقد مقارنة بين البيانات التي أدرجت فيهما وتلك التي أوردت في العمودين الواقعين في أقصى الطرف الأيسر. إن السبب الذي يقف وراء حالتي التحليل الارتدادي تحت كل عنوان، هو أننا وجهنا إحداهما إلى الموقع webwhiteandblue.org، بينما وجهت الأخرى إلى المواقع الثمانية الأُخَر، التي حددت للمشاركين بصورة عشوائية.[15]

ويتضمن العمودان الواقعان على يمين الجدول (2) دلائل أولية مخالفة للنتائج الصفرية للفرضيتين الأولى والثانية، أما معامل المتغيرات المتعلقة بالمواقع الإلكترونية فيكشف عن اختلافات في الكيفية التي تؤثر بها هذه المواقع في الاهتمامات السياسية للمشاركين الذين استطلعت آراؤهم. فقد اتضح أن المشاركين الذين حُددت لهم مواقع مثل: isyndicate.com، ونيويورك تايمز، ويو أس أيه توداي أظهروا مستويات من الاهتمام السياسي، أدنى إلى حد كبير من تلك التي أظهرها من خُصص لهم موقع "فوكس نيوز" الذي تم استثناؤه من قبل. وخلافاً لما تقدم، فإن المشاركين في المسح الذين خُصص لهم موقع "فوت-سمارت" أظهروا مستويات عالية من الاهتمامات السياسية. وإجمالاً، فإن مثل هذه النتائج تعمل بطريقة مضادة لطريقة الفرضية الصفرية القائلة: إن «تأثير شبكة الإنترنت في الاهتمامات السياسية لا يعتمد على الموقع/ المواقع التي تتم تصفحها».

والعمودان الواقعان على يمين الجدول يقدمان - أيضاً - شواهد تتعارض هي الأخرى والفرضية الصفرية القائلة: إن «تأثير الموقع في الاهتمامات السياسية لا يعتمد على عمر المتصفح». ولنا أن نشير هنا إلى أن معاملات تلك المتغيرات التي تربط بصورة تفاعلية بين الموقعين isyndicate.com و politicalinformation.com، وبين العمر، توحي بصلة مهمة للعمر في تأثير تخصيص المواقع عشوائياً على المشاركين في مستوى الاهتمامات السياسية؛ فقد اتضح أن التأثير السلبي في هذه الاهتمامات جراء هذا التخصيص قد ازداد كثيراً بتقدم العمر. وفي حالة التحليل الارتدادي الخاصة بموقع "ويب وايت آند بلو" يبدو معامل العمر عالياً أيضاً.

وقصارى القول، أننا قد لاحظنا أن العمودين المذكورين يحتويان على تأثيرات تستند إلى العمر ونوع الموقع. ونعرض هنا الآن إيضاحاً لهذه التأثيرات، مستمداً من أنموذج تأثير الموقع الذي تقدم ذكره، والذي من المرجح للموقع وفقاً له، أن يُحدث تأثيره في المتصفح إذا كان هذا الأخير سيجد في الموقع مصدراً يزوده بمعلومات مهمة، بطريقة فاعلة وذات كفاءة. ويتمثل تقويمنا لمثل هذه التصورات في ردود متصفحينا على المقولات الآتية:

- يمكنني استخدام... [يُذكر اسم الموقع]؛ للعثور على المعلومات التي لم أجدها في أي مكان آخر.
- يمكنني استخدام... [يُذكر اسم الموقع]؛ للعثور على المعلومات الدقيقة وغير المتحيزة.
- يمكنني استخدام... [يُذكر اسم الموقع]؛ للعثور على المعلومات التي أريدها بسرعة ويسر.

وقد أعطينا كل جواب درجة (صفر)، في حالة عدم موافقة المشارك على المقولة، ودرجة (1) إذا كان موافقاً عليها. ولتبسيط عرض الجدول، جمعنا هذه الأجوبة في حقل تقويم الموقع، الذي تتراوح قيمته من (صفر) - في حال عدم الموافقة على المقولات الثلاث جميعاً - إلى (3) - في حال الموافقة عليها - بينما يتراوح متوسط معاملات الارتباط للمقاييس الثلاثة من 0.76 إلى 0.77، عندما يكون معامل كرونباخ ألفا هو 0.91.

الجدول (1)

عادات تصفح مواقع الأخبار والمعلومات السياسية على شبكة الإنترنت، بحسب العمر (٪)

	24-18 سنة	54-25 سنة	55 سنة فأكثر
هل سبق أن حصلت إلكترونياً على أي نوع من المعلومات أو لا؟	69	79	73
هل تصادف أن فعلت هذا خلال الأسبوع الماضي، أو لا؟	43	56	54
كم مرَّة تحصل فيها على هذا النوع من المعلومات إلكترونياً؟			
يومياً	13	28	29
3-5 أيام في الأسبوع	17	24	26
أقل من ذلك	67	47	44
هل سبق أن بحثت عن أخبار أو معلومات حول الشؤون السياسية أو الحملة الرئاسية أو لا؟	23	48	51
هل تصادف أن فعلت هذا خلال الأسبوع الماضي، أو لا؟	9	23	25
كم مرة تحصل فيها على هذا النوع من المعلومات إلكترونياً؟			
يومياً	0	16	18.5
3-5 أيام في الأسبوع	36	20	27
أقل من ذلك	64	64	54
عدد أفراد العينة (N)	70	849	279

الجدول (2)

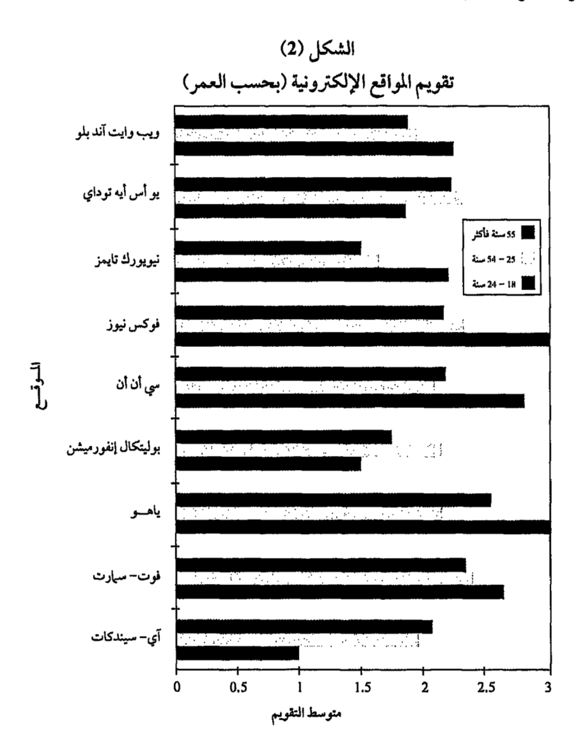
تقديرات الاهتمامات السياسية باستخدام المربعات الصغرى العاديـة

	العمر والموقع الإلكتروني		العمر والموقع الإلكتروني والتقويم	
	webwhiteand blue.com	المواقع الثمانيـة الأخر	webwhiteand blue.com	المواقع الثمانيـة الأخر
المتغيرات المحورية:				
العمر	.192 (.12)*	-.470 (.62)	.042 (.10)	.204 (.53)
تقويم الموقع			.645 (.03)*	.456 (.03)*
مواقع:				
فوت-سمارت		.259 (.14)*		.186 (.12)*
ياهو		.048 (.14)		-.061 (.12)
آي-سيندكات		-.212 (.14)*		-.114 (.12)
سي أن أن		-.188 (.15)		-.206 (.13)*
بوليتكال إنفورميشن		-.006 (.15)		.043 (.13)
نيويورك تايمز		-.341 (.15)*		-.109 (.13)
يو أس أيه توداي		-.195 (.14)*		-.204 (.12)*
التفاعل بين العمر والموقع:				
فوت-سمارت* العمر		.447 (.73)		-.197 (.64)
ياهو* العمر		-.504 (.87)		-.433 (.76)
آي-سيندكات* العمر		-1.553 (.88)*		-.896 (.76)
سي أن أن* العمر		-.737 (.72)		-.587 (.62)
بوليتكال إنفورميشن* العمر		-1.923 (1.07)*		-.688 (.93)
نيويورك تايمز* العمر		-.224 (.74)		-.084 (.64)
يو أس أيه توداي* العمر		-1.104 (.73)*		-.318 (.64)
متغيرات التحكم:				
أسود	.069 (.13)	.069 (.16)	.032 (.11)	.072 (.14)
مستوى التعليم	-.065 (.02)*	-.060 (.03)*	-.028 (.02)*	-.038 (.02)*
الدخل	-.009 (.01)	-.009 (.01)	-.002 (.01)	-.011 (.01)
أنثى	.088 (.05)*	.079 (.07)	.069 (.04)*	.067 (.06)
الهوية الحزبية	-.009 (.01)	-.003 (.02)	-.012 (.01)	-.003 (.02)
موال (لحزب)	.049 (.03)*	-.006 (.04)	.036 (.02)*	-.015 (.03)
أخبار من خلال الشبكة	.023 (.07)	.053 (.10)	-.003 (.06)	.076 (.09)
السياسة من خلال الشبكة	.180 (.06)*	.185 (.08)*	.180 (.05)*	.238 (.07)*
هل زار الموقع من قبل أو لا؟	1.401 (.17)*	.269 (.14)*	.031 (.15)	.081 (.12)
الثبات		1.502 (.25)*		.319 (.23)*
عدد أفراد العينة:	1,019	574	1,019	574
مربع الارتباط المعدل:	.02	.05	.37	.29

الأخطاء القياسية (المعيارية) وضعت داخل هلالين إلى جانب المعاملات. والموقع المحذوف هو موقع "فوكس نيوز".

* قياس الاحتمالية أقل من 0.10 (اختبار أحادي الطرف).

ويعرض الشكل (2) قيم مؤشرات التقويم للمواقع التسعة التي تـم اسـتخدامها في الدراسة، ويظهر تغيراً كبيراً بحسب العمـر والموقـع. فقـد مـنح المـشاركون الـذين تراوحت أعمارهـم بين 18 و24 عاماً - على سبيل المثـال - مـوقعي "يـاهو" و"فـوكس نيوز" أعلى معدل تقدير ممكن، بينما أبدى مـن هـم أكـبر سـناً إعجابـاً أكـبر بـــموقعي "ياهو" و"فوت - سمارت".



الشكل (2)
تقويم المواقع الإلكترونية (بحسب العمر)

ونتناول الآن الكيفية التي تتوافق بها تقويمات المواقع وما يقوله المشاركون الذين استطلعت آراؤهم، حول اهتماماتهم السياسية، خلال اللقاءات التي تُجرى معهم. ووفقاً لتوقعات الأنموذج الذي اتبعناه، فقد وجدنا أنه كلما زادت قيمة مؤشر تقويمات المواقع؛ أي كان المشاركون أكثر ميلاً إلى الاعتقاد بأن هذا الموقع أو ذاك يصلحان مصدراً لتقديم معلومات مهمة بطريقة فاعلة وذات كفاءة، كان لابد من أن يزداد ثقل التأثير السياسي الذي يحدثه الموقع؛ حيث نجد أن المشاركين يظهرون ميلاً أكبر إلى الإعراب عن تنامي اهتمامهم بالشؤون السياسية. لذلك فإننا نتوقع أن يسهم تحليلنا للبيانات، في إقامة الدليل ضد الفرضية الصفرية الثالثة والأخيرة القائلة: «إن تأثير الموقع في الاهتمامات السياسية لا يعتمد على كيفية رؤية المتصفحين للموقع المعني». ولهذا الغرض سنعود إلى الجدول (2).

يقدم العمودان الواقعان إلى أقصى الطرف الأيسر في الجدول (2) صيغة معدَّلة لأولى حالتي التحليل الارتدادي، باستخدام المربعات الصغرى الغادية. وتختلف التقديرات الجديدة، من حيث كونها تضم أيضاً مؤشر تقويمات المواقع ذات الصلة بذلك. ويقودنا أنموذج البحث الذي اعتمدناه إلى التنبؤ بالحصول على معاملات إيجابية للمتغير الجديد. وقد جاءت النتائج متوافقة وهذا التوقع. فالتقويمات الإيجابية للمواقع تتماثل إلى حد كبير وتزايد الإبلاغ عن الاهتمامات السياسية، في أعقاب تصفح موقع، تم تحديده للمشارك بصورة عشوائية. إن تصورات المتصفح عن الموقع الذي يحدد له عشوائياً، تُعد عاملاً مهماً من عوالم فهم إجابات المشاركين على الأسئلة المتعلقة باهتماماتهم السياسية.

ويعرض الجدول (2)، أيضاً، النتائج المتعلقة بالعمر والموقع، والموصوفة سابقاً. ومتى ما وضعنا جانباً التقويمات التي يضعها المشاركون للموقع، فإن الآثار التفاعلية المتبادلة للعمر والموقع قد تُشتت، ولكنها لا تتلاشى. فعندما كان هناك - على سبيل المثال- اختلاف بمقدار 1.1 وحدة بين الفئة العمرية 18-24 عاماً، وبين غيرها من الفئات في مستوى التأثير السياسي المبلغ عنه، عند تصفح موقع صحيفة يو أس أيه توداي، فإن

هذا الفارق ينخفض إلى 0.31، حين لا تؤخذ تقويمات المواقع في الحسبان. وعلى النحو نفسه، فإن الاختلاف بين تلك الفئات العمرية التي تشاهد موقع "سي أن أن" يصل إلى 0.74، قبل إغفال تقويمات المواقع، ويتراجع إلى 0.59، بعد إدخال هذه التقويمات ضمن أنموذج البحث. وخلاصة القول هي: أن الآثار التفاعلية المتبادلة بين العمر والموقع تتضاءل عند استبعاد تقويمات المواقع من أنموذج البحث.

وإذا ما جمعنا المعاملات المتناقصة في الجدول (2)، مع الاختلافات في تقويمات المواقع (والموثقة في الشكل 2) فلسوف نخلص إلى أنه متى ما تعلق الأمر باستخدام شبكة الإنترنت؛ لرفع مستوى الاهتمامات السياسية، فإن موقعاً واحداً فقط لن يكون مناسباً للجميع؛ فالبالغون من الشبان ممن استطلعت آراؤهم يقوِّمون المواقع التي شملتها دراستنا هذه، على نحو مغاير لما يفعله أولئك الذين يتقدمون عليهم في السن. وبعض المواقع التي يرى هؤلاء الشبان أنها تزودهم بمعلومات مهمة، بطريقة فاعلة وذات كفاءة، ربما لا يراها كذلك الأكبر سناً منهم، والعكس صحيح أيضاً. ومهما يكن من أمر، فحالما يعثر البالغون الشبان على موقع بهذه الخصائص، فإن التأثير الايجابي الذي يخلقه على درجة اهتماماتهم السياسية لن يكون مختلفاً عن التأثير الذي تتركه مواقع مشابهة، على فئات عمرية أُخَر.

وبناءً على ذلك، فإن العنصر الأساسي في بناء استراتيجية "إلكترونية" فاعلة؛ لرفع مستوى الاهتمامات السياسية للبالغين الشبان، يتمثل في استراتيجيات تصميم المواقع التي ترى هذه الفئة العمرية أنها تزودهم بمعلومات مهمة، بطريقة فاعلة وذات كفاءة، وقد تتخذ هذه الاستراتيجيات طابعاً غير تقليدي؛ فتعرض الأخبار السياسية بأسلوب أقرب إلى أسلوب قناة "أم تي في" MTV منه إلى مجلة الإيكونومست. ومع ذلك، فحين يصبح الهدف زيادة اهتمام البالغين الشبان بالأمور السياسية، فإن جذب انتباههم قد يقتضي إشراكهم في الحياة السياسية؛ وفقاً للشروط التي يحددونها هم. وكما يوحي قول ديلي كاربيني الذي استشهدنا به في بداية هذه الدراسة، فإن أولئك الذي يسعون لرفع مستوى اهتمامات البالغين الشبان بشؤون السياسة، ربما لا يحالفهم النجاح إلا إذا جعلوا السياسة أكثر صلة بالشبان أنفسهم.

خاتمة

تمثل المواقع الإلكترونية واسطة حديثة نسبياً من وسائط الاتصال، وبرغم أن هذه الحقيقة لم تتح لعلم الاجتماع فرصة مواتية كبيرة لاستشراف تأثيرها، فإنها تمتلك ميزة واحدة اتفق الجميع عليها، وما تلك إلا قدرتها الفائقة على التأثير في الاهتمامات السياسية لعامة الناس. فعلى سبيل المثال لا الحصر، خلص لارسن وريني، من مسح أجرياه على عينة تضم 2000 مواطن أمريكي، إلى أن «42 مليوناً من الأمريكيين قد استخدموا مواقع إلكترونية حكومية؛ للبحث في قضايا سياسية عامة، واستخدم 23 مليون أمريكي شبكة الإنترنت؛ لتوجيه ملاحظاتهم وتعليقاتهم بشأن خيارات سياسية معينة إلى مسؤولين حكوميين، ولجأ 14 مليوناً آخرين إلى مواقع حكومية أيضاً؛ لتجميع معلومات تساعدهم على تحديد كيفية الإدلاء بأصواتهم»، فضلاً عن أن «13 مليوناً من الأمريكيين شاركوا في حملات شنتها جماعات الضغط عبر الشبكة الإلكترونية» (Larsen and Rainie 2002, 2). إن نتائج كهذه توحي أن شبكة الإنترنت أمست واسطة مهمة، يستطيع المواطنون من خلالها التفاعل وشؤون الحياة السياسية وفهمها، فضلاً عن قدرة هذه الشبكة، أيضاً، على التأثير في مستوى الاهتمامات السياسية لدى هؤلاء المواطنين.

وخلافاً للكثير من المراقبين، فقد توصلنا إلى أن شبكة الإنترنت – ومنها تحديداً الشبكة العنكبوتية العالمية – يمكنها أن ترفع مستوى اهتمام البالغين من الشبان بشؤون السياسة. ولنا أن نزعم، مع ذلك، أن اكتشاف هذا التأثير يقتضي إمعان النظر "داخل الشبكة"، فلئن كانت الشبكة العنكبوتية العالمية ستلقي تأثيرها على الاهتمامات السياسية للناس فلن يحدث هذا إلا لأن موقعاً بعينه سيستحوذ على اهتمامهم، ويقنعهم بالتفكير ملياً في جوانب معينة من عالم السياسة، بطرائق لم يألفوها من قبل. ويعرض بحثنا هذا أنموذجاً قياسياً؛ بغرض دراسة هذه التأثيرات. ويوضح نموذج البحث الأسباب التي تجعل بعض المواقع أكثر قدرة من غيرها على التأثير في الاهتمامات السياسية، كما أن البحث يقدم الطريقة التي يمكننا من خلالها توثيق هذه العلاقة، ووضعها موضع الاختبار.

وقد تنبهنا، أيضاً، إلى عامل الفوارق العمرية في التأثير الذي تحدثه المواقع منفردة في اهتمامات الناس بالشؤون السياسية. وقد أُجري إيضاح هذه الفوارق - جزئياً على الأقل - من خلال تباين تقويم الصغار والكبار في السن للمواقع ذاتها. وتوحي النتائج المتحققة أن بإمكان أولئك الذين يهمهم استخدام الشبكة العنكبوتية العالمية لقلب مسار التراجع الأخير في مستوى الاهتمامات السياسية، تقوية احتمالات نجاحهم بتفهم تصورات الجمهور المستهدف عن الميزات الأساسية للمواقع المعنية. ولعل الخطوة المنطقية المقبلة التي يمكن أن يتخذها الباحثون مستقبلاً هي البحث الدقيق، فيما يتعلق بمحتوى موقع ما، وأسلوب عرضه وتصميمه - وهذا يعرف بدراسات "قابليات الاستعمال" (Nelsen 2000) - التي من شأنها تحديد أنواع المواقع، والفوارق العمرية التي أشرنا إليها.

وثمة موضوع آخر جدير بالبحث سيتطلب تطبيق بعض جوانب بحثنا هذا على أشكال أُخَر من التواصل السياسي؛ كالبرامج التلفزيونية، والإعلانات التجارية، ومواد الحملات الدعائية. فهذا الأمر في تقديرنا سيكون مفيداً لأن الكيفية التي يمكن أي نوع من أنواع التواصل السياسي التأثير في العوامل المعرفية، كالاهتمامات السياسية، تعتمد على قدرته في كسب معركة جذب اهتمام الجمهور المستهدف. وهذه المعركة تحتل في تقديرنا موقعاً مركزياً، فإن كان النداء الموجه إلى جمهور ما سيؤول إلى التجاهل فلن يصبح قادراً على تغيير رغبة المتلقي مستقبلاً في إيلاء أمور سياسية اهتمامه، على حساب موضوعات أُخَر. ولقد اكتشفنا أن هذه المسألة من السهل مواكبتها في حالة شبكة الإنترنت؛ إذ لم يعد خافياً على أحد أنها تضم ملايين المواقع.

ومهما تكن الحال، فإن هذا الجانب من الدراسات التي تدور حول شبكة الإنترنت سيكشف للعيان القوة الدافعة التي تصح بالنسبة إلى كل أشكال التواصل السياسي؛ أي التنافس الذي لا ينقطع للفوز باهتمام الجمهور المستهدف أياً كان هذا الجمهور. ومثلما يخوض موقع "فوت - سمارت" صراعاً تنافسياً وملايين من المواقع الأُخَر؛ للفوز باهتمام زوار الشبكة، فإن التواصل السياسي بكل أشكاله يواجه مليارات المنافسين؛ أي كل ما يمكنه الاستحواذ على اهتمام الإنسان من قضايا (وهي في أغلبها غير سياسية). ولكي نفي

هذه النقطة حقها من الإيضاح، فلسوف نعرض ثانية الاستنتاج النهائي للقسم النظري من البحث، بعد استبدال إشارات تدل على أحد النداءات السياسية، بالإشارات الدالة على موقع إلكتروني محدد.

«ليس للدعوة X أن تزيد درجة اهتمام هذا المواطن أو ذاك بعالم السياسة، إلا إذا كان هذا المواطن:

- على دراية بهذه الدعوة، أو أنه وجد شخصاً، أو شيئاً ما جعله على دراية بها.
- أو قد عُرضت عليه هذه الدعوة بصورة مباشرة.
- أو يرى أن الدعوة تزوده بمعلومات مثيرة للاهتمام بشكل فاعل وذي كفاءة.
- أو يركز اهتمامه على الدعوة إلى الحد الذي يكفي للتعرف بشكل تفصيلي على محتوى الموقع.
- أو سيغير معتقداته بشأن قضية معينة، ستغير هي نفسها مستوى اهتمامه بالسياسة.

إن الإخفاق في تلبية أي من هذه الشروط سيكون كافياً؛ لتجريد دعوة كهذه من وقعها وتأثيرها، خلال فترة التعرض لها». وإذا كان في وسعنا الإقرار بأن أي دعوة يراد بها رفع مستوى اهتمامات الشبان البالغين بالسياسة، ينبغي لها أن تقنعهم بالاهتمام بالشؤون السياسية على حساب أي اهتمامات أُخَر، فإنه سيكون من المفيد حينئذٍ التفكير في الظروف التي يجب على محاولة الإقناع هذه أن تُجرى في ظلها. ومع أن جهداً كهذا قائم بالفعل (انظر على سبيل المثال المراجعة التي أجراها: Graber 2001)، فإن هناك جهوداً كبرى - وبخاصة في الجانب النظري - مايزال يمكن بذلها على هذا النحو.

وقصارى القول: ليس ثمة في رأينا موقع واحد أو أكثر سيكون كافياً لقلب مسار هذا التراجع الكبير في درجة الاهتمام بشؤون السياسة، فهناك الكثير من العوامل التي مابرحت

تغذيه، إلا أن ثمة فرصة تقدمها شبكة الإنترنت بهذا الاتجاه. فالبالغون من الشبان يمضون وقتاً ليس بالقصير في تصفح مواقعها، ولابد من أن أنظارهم ستقع خلال ذلك على مضامين سياسية؛ فيغدو من المرجح أن يسهم هذا في تغيير مواقفهم حيال أهمية المشاركة في الحياة السياسية، أو التحول إلى عناصر فاعلة فيها. وقد تصبح العلوم السياسية عاملاً أكثر أهمية مما هي عليه اليوم في تحقيق هذا التغيير، غير أن هذا سيتطلب توسيع دائرة مخزونها من الدراسات المتعلقة بتأثير شبكة الإنترنت؛ لتشمل أبحاثاً تحليلية عن سبل تحقيق التفاعل ما بين المواقع الإلكترونية وما بين زوارها.

ملحق

تقرير عن معدل استجابة المشاركين في المسح

عدد الحالات التي تم التعامل وإياها	1562	
مكونات معدل الاستجابة للمسح:	المعدل	ملاحظات
أ. معدل استجابة مجموعة المشاركين	.554	معدل الاستجابة رقم (3) الخاصة بالجمعية الأمريكية لبحوث الرأي العام (AAPOR)
ب. معدل استقصاء الأسر	.73	
ج. معدل إكمال المسح	.675	
احتساب معدل الاستجابة:		
ORR2	٪27.3	أ، ب، ج
ORR3	٪37.4	أ، ج

ملاحظات منهجية

1. مراحل عدم الاستجابة كافة ممثلة في الجدول.
2. بالنسبة إلى (أ) و(ب)، في الجدول، فإن الطريقة التي اعتمدت هي احتساب المعدل لكل نسخة مكررة من العينات المنتقاة عشوائياً، والتي تحتوي على حالة واحدة أُخذت بوصفها عينة في الدراسة. هذا المتوسط للنسخة المكررة حُدِّد للحالة التي أخذت عينةً من النسخة نفسها. ثم تم حساب المتوسط لكل الحالات التي أُخذت عينةً، لكل من المكوِّنين (أ) و(ب) بشكل منفصل.
3. يمثل معدل استقصاء الأسر، النسبة المئوية للأسر التي تم استقطابها ضمن المكوِّن (أ)؛ حيث أكمل أحد البالغين المشاركين المسح الاستقصائي للسِّمات الديمغرافية.
4. يمثل معدل استمرار الأسر (للمشاركة في الدراسة المسحية)، النسبة المئوية من الأسر التي أُخذت عينة ضمن المكوِّن (ب)؛ حيث كان أحد البالغين المشاركين فاعلاً ومستعداً لأخذه عينة للمسح.
5. يمثل معدل إكمال الدراسة المسحية النسبة المئوية من الحالات التي أُخذت، عينات، والتي أكملت المسح.

6. ORR2 هو إجمالي معدل الاستجابة باستثناء تأثير تناقص عدد المشاركين، مادام تحيز عـدم الاسـتجابة هو قيمة مُهملة من هذا المصدر. وفي دراسات طرائق البحث، فإن تحيز عدم الاستجابة بسبب تناقص عدد المشاركين يُقدر بنقطة مئوية واحدة، بحسب 323 مقياساً اجتماعياً، وسياسياً، وقيمياً، وسلوكياً.

7. ORR3 هو إجمالي معدل الاستجابة باستثناء تأثير عدم إجراء دراسات استقـصائية لـلأسر، وتنـاقص عدد المشاركين. أما أساس احتساب عدم الاستجابة قيمة مهملة فيستند إلى دراسات طرائق البحـث حول آثار تناقص عدد المشاركين (انظر ORR2)، وبروتوكول اختيار عينات "شبكات المعرفة" الذي يختـار عينـات عـشوائية لتتطـابق ومعـايير التعـداد الـسكاني، فـيما يتعلـق بالـسن، والجنوسـة، والعرق/ الإثنية، والتحصيل العلمي.

الهوامش

1. تشتمل شبكة "الإنترنت" على مكونات عدة؛ وهي: الشبكة العنكبوتية العالمية (أو ما يعرف بالويب World Wide Web [WWW])، والبريد الإلكتروني e-mail، وبروتوكولات نقل الملفات file transfer protocols، ولوحات النشرات bulletin boards. ومع أن ثمة خلطاً يقع بين مصطلحي شبكة "الإنترنت" و" الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب)"، فإننا نسعى إلى الإبقاء على الفارق واضحاً بينهما، ولسوف نولي المنظومة الثانية منهما جلّ اهتمامنا. وفي بحثنا هذا، فإن دور شبكة الإنترنت يتمثل في توفير الوسيلة التي يحتاج إليها الناس للوصول إلى "الويب".

2. لا تخلو الأبحاث المتخصصة التي تدور حول وسائط الاتصال الأخرى - ومنها التلفزيون تحديداً - من مناقشات مماثلة. وفي تقدير نوريس أن «العلاقة ما بين المشاركة السياسية المدنية وجمهور مشاهدي التلفزيون إنما هي أكثر تعقيداً مما كان يعتقد أحياناً» (Norris 1996, 479). وتتوزع هذه الأدبيات على باحثين متخصصين يعتقدون بأن وسائل الإعلام قادرة على رفع مستوى هذه المشاركة (ومن هؤلاء على سبيل المثال: Norris 1996)، وعلى آخرين يرون أن هذه الوسائل يمكنها إضعاف مثل هذه المشاركة (انظر مثلاً: Ansolabehere and Iyengar 1995; Patterson 1993; Putnam 2000). وإذا ما أخذت هذه الآراء مجتمعة في الحسبان، فإن ثمة شواهد توحي أن وسائل الإعلام ذاتها ليست هي العامل الفاعل هنا، وإنما مضمون المعلومات التي يتم طرحها. ويغني هاملتون (Hamilton 2000) هذا النقاش، حين يوضح السبل التي يمكن قوى السوق من خلالها التأثير في مضمون الأخبار المعلنة، ووقعها. (انظر أيضاً: Druckman 2003).

3. من الممكن أن يبث الموقع Y محتوياته عبر الموقع X. ولأغراض هذه الدراسة، سنفترض أن الموقع الأول يمتلك التأثير في المتصفح حين يكون المتصفح منشغلاً بالمحتوى ذي الصلة به. وفي هذه الحالة، فإن مصمم الموقع Y يكون قد اتخذ قراراً بشأن المحتوى الذي يعده كافياً؛ للتأثير في المتصفح بافتراض أن هذا الأخير كان يزور هذا الموقع بالفعل.

4. يعتمد هذا العامل المؤثر أيضاً على مزايا المواقع الأخرى الحاضرة في الذهن. ولو كان هذا المتصفح أو ذاك يعتقدان - على سبيل المثال - أن 100 موقع آخر تعرض معلومات قابلة للتعويض بغيرها حول موضوع محدد، لكان لنا أن نتوقع منه أن يكون أقل صبراً في تعامله وأي موقع معين آخر، أما لو تعرض لتجربة سيئة مع موقع ما، فلسوف يحسب أن من السهل عليه إيجاد موقع بديل. إضافة إلى ذلك، فإن اعتقد المتصفح أن موقعاً بعينه هو الوحيد الذي يمكن أن يقدم له المعلومات التي يحتاج إليها - كما هي الحال حين يحاول إبرام صفقة تجارية إلكترونياً مع تاجر يبيع منتجاً معيناً عبر موقعه الإلكتروني - فإنه وقتذاك ربما سيتحلى بدرجة فائقة من الصبر حيال بطء الأداء. وفي ضوء العدد الكبير من المواقع الإخبارية والسياسية التي تتشابه إلى حد بعيد وتلك التي تم استخدامها في دراستنا التجريبية هذه، فليس من المرجح كثيراً - في تقديرنا - أن تجتذب هذه المواقع اهتمام زائريها، أو تحافظ عليهم، إن هم وجدوها تفتقر إلى التأثير والكفاءة.

5. يحتوي هذا الموقع – الذي تلقّى ما يزيد على 7.5 ملايين صفحة من المواقف والآراء، خلال الفترة الممتدة بين 28 حزيران/ يونيو 2002 ويوم الانتخابات – على "مناظرات إلكترونية متوالية" ما بين المرشحين للرئاسة، ومجموعة من الروابط التي تقدم معلومات سياسية يتم اختيارها يومياً من 17 موقعاً، إضافة إلى دليل فريد من نوعه، يستخدم على نطاق واسع لتلقي المعلومات الانتخابية لكل ولاية وحدها.

6. يتوافر المزيد من المعلومات عن هذه الدراسة في المرجعين الآتيين: Lupia 2001; Lupia and Baird 2002. ومع أن هاتين الدراستين تستخدمان البيانات ذاتها التي استخدمناها، فإن التحليلات الواردة فيهما لا تتوافق وتحليلاتنا.

7. اقتداءً بالمبادئ التصميمية التجريبية الواسعة النطاق التي تقدم بها شنايدرمان Sniderman وجروب Grob، في دراستهما الصادرة في عام 1996، حرصت "شبكات المعرفة" Knowledge Networks على اختيار كل مشارك في المسح اختياراً عشوائياً، من دون النظر إلى كونه استخدم المواقع التي كانت موضع اهتمامنا، أو حتى سمع بها.

8. يُمثِّل الجانب المهم من استراتيجية اختيار العينات التي تنتهجها "شبكات المعرفة" في توظيف مصادر المعلومات، والإجابات على النحو الذي من شأنه أن يكون عينة تمثيلية لأحد الأبعاد الاجتماعية – الاقتصادية الرئيسية. ولقد خلصت التحليلات التي أجراها باحثون بارزون حول هيئة المشاركين الخاصة بهذه "الشبكات"، إلى أن خصائصها التمثيلية قابلة للمقارنة بتلك التي اتسمت بها المسوحات المهمة التي تُجرى عبر الهاتف (Krosnick and Chang 2001). ولعل أحد الجوانب التي لا تبدو فيه هيئة المشاركين عينة تمثيلية يتضح أن لكل عضو من أعضائها خطاً يصله بشبكة الإنترنت. ومع ذلك، فإن تحليلات كروسنيك وتشانج تسعى لضمان الطابع التمثيلي للهيئة، حتى عند الحدود القصوى للطيف الاجتماعي – الاقتصادي. ويقدم البحث الذي أنجزه كروسنيك وتشانج أدلة قاطعة على النجاح الذي حققته شبكات المعرفة في هذا الميدان. وبطبيعة الحال، ونظراً إلى أن أولئك الذين بحوزتهم وسائط من قبيل التلفزيون الشبكي WebTV ونطاق التردد العريض Broadband فلربما امتلكوا أيضاً أجهزة كشف هوية المتصل، والرد الآلي، وترشيح النداءات، ومن المرجح أيضاً أن تكشف النتائج التي توصل إليها الباحثان عن أن جميع المسوحات الواسعة النطاق التي تُجرى إلكترونياً باتت الآن تنأى بنفسها عن أولئك الذين لا يريدون تكليف أنفسهم عناء الإجابة. وفي تقديرنا، فإن مثل هذه المسوحات وإن لم تكن تقدم بيانات أنموذجية تامة، فإنها تظل أكثر الوسائل جدوى؛ لبناء قواعد بيانات كبيرة عن أفراد العينة، تضم معلومات على المستوى الفردي، ويمكنها أن تتميز بالكثير من الخصائص المرغوب فيها من الناحية العلمية، متى ما كان بالإمكان – من الناحية النظرية – دعم عملية اختيار العينات وتنفيذها، واستخدام العناصر التصميمية الأُخر بطريقة شفافة.

9. تم تضمين المعلومات الإضافية المتعلقة بمعدل الاستجابة للمشاركين في المسح والتدابير البديلة في الملحق.

10. لعل من المساوئ المتوقعة في أنموذج البحث كون أعضاء هيئة المشاركين الخاصة بـ "شبكات المعرفة" أكثر استخداماً للشبكة العنكبوتية العالمية (الويب)، مقارنة بغيرهم من عامة الأمريكيين (برغم أننا نتوقع تلاشي الفارق في معدل الاستخدام بمضي الوقت؛ نظراً إلى تنامي نسب الاشتراك في شبكة الإنترنت بشكل عام). وبرغم أننا نضع هذه الحقيقة في أذهاننا عند الخروج بالاستنتاجات، فإننا مقتنعون بضآلة تأثيرها على النتائج التي نتوصل إليها. ونحن بدلاً من ذلك، نعمل على إيضاح الاختلاف في ردات الأفعال على المواقع التي استخدمت في دراستنا هذه وتوثيقها. ولهذا السبب، فإن إحالة المشاركين بصورة عشوائية على مواقع معينة أكثر أهمية من جعلهم ممثلين لكل السكان، من حيث استخدام شبكة الإنترنت.

11. مع أن مؤسسة ماركل هي التي تولت تنظيم محتويات شبكة "ويب وايت آند بلو"، فإن موقع WWB.org هو الوحيد الذي تخضع محتوياته للسيطرة؛ ولذلك طُلب إلينا جمع قدر كبير من البيانات والمعطيات عن هذا الموقع؛ لأن الدروس المستفادة من تأثيره يمكن تنفيذها تنفيذاً مباشراً.

12. الهدف من مقاطعة اللقاء هو معرفة تأثير تصفح موقع معين على شخص الزائر، ولقد أحسسنا بأن من الأهمية بمكان تقويم ردات الأفعال حيال مواقع محددة، في وقت ماتزال فيه خصائص هذه المواقع ماثلة في أذهان من استطلعت آراؤهم من المشاركين في المسح. ويصعب الحصول على معلومات وبيانات كهذه عن طريق الهاتف، وقد يغدو هذا مستحيلاً عند التعامل وعينة تمثيلية كبيرة تغطي البلاد كلها. ولكي يتحقق هذا، فلن يتطلب الأمر حصول المشاركين كافة، على منفذ يصلهم بشبكة الإنترنت وقت الالتقاء بهم فحسب، بل لابد من إقناعهم بزيارة مواقع محددة بعينها. وباستثناء خطة بحثنا هذا، فإن الاحتمال ضئيل جداً في أن المشاركين الذين يستخدمون شبكة الإنترنت سيتذكرون أنهم سبق لهم أن اطلعوا على أنواع معينة من المحتوى لمواقع محددة، وبخاصة إن كانت جلسات اللقاء بهم تتطلب سلسلة من الزيارات السريعة لمواقع عدة. أما السبب الثاني لهذا التدخل فيُمثَّل في الرغبة الآتية: نظراً إلى طبيعة المواقع التي نستخدمها، فإن تخصيصها بشكل عشوائي للمشاركين في المسح، في ضوء محاولتنا اجتذاب عينة متنوعة منهم، كان يجعلنا نأمل في أن العدد الأكبر من هؤلاء إنما يزور الموقع ذا الصلة بذلك أول مرة.

13. إن تخصيص المواقع بصورة عشوائية، لن يسمح لنا باختبار ذلك الجزء من نظريتنا؛ أي الجزء الذي يوضح الطريقة التي يستخدمها الناس لاختيار المواقع التي يزورونها. وفي حالة العينة العشوائية الكبيرة، ليس من العملي إجراء دراسة كهذه، يُمنح المشاركون فيها مثل هذا الخيار، وليس من المحتمل أمام هذا الكم الضخم من المواقع أن يختار عدد كبير من المشاركين (في عينة تضم ألفاً منهم) موقعاً معيناً بذاته. وفي حالة أخرى (انظر: Lupia 2001, 64-109)، قمنا بإعداد دراسة في إطار بيئة يمكننا وصفها بالمخبرية. وقد أظهرت تجارب كهذه أن تأثير هذا الموقع أو ذاك يعتمد إلى حد كبير على محتوى مواقع أخرى، مدرجة على القائمة المعدة لهذا الغرض؛ وبتعبير أوضح، فإن نوع المنافسة الناشبة بين المواقع لاجتذاب اهتمام زوارها- تم الوصف في الجزء النظري من هذه الدراسة- قد فرض تأثيره على أجوبة هؤلاء الزوار في تلك الدراسة.

14. باستثناء ما تمت الإشارة إليه، فقد قمنا بتدريج المتغيرات المستقلة الواردة في تحليلاتنا، ضمن سلسلة تبدأ بـ (صفر) وتنتهي بـ (واحد)؛ بغية تسهيل المقارنة بين الآثار التي تفرضها هذه المتغيرات. وفي كل حالة بذاتها، فإن المعامل يمثل التأثير السياسي لنقل المتغير المستقل المحدد من قيمته الدنيا إلى قيمته القصوى.

15. يقوم كل مشارك بزيارة موقع واحد أو موقعين اثنين؛ رهناً بعدد المرات التي تتم فيها مقاطعة جلسات اللقاء التي تُجرى معهم. وبناءً على ذلك، فقد تمخض لدينا في إطار مجمل مصفوفة البيانات التي وضعناها، ملاحظتان اثنتان عن كل مشارك. فإذا أجرينا تحليلاً ارتدادياً واحداً للمصفوفة برمتها، من دون تصحيح الأخطاء القياسية، فنحن بذلك إنما نستنبط استنتاجات إحصائية تستند إلى افتراض خطأ، يتمثل في القول باستقلالية ملاحظاتنا. ومن الناحية الإحصائية، فإن هناك عدداً من السبل التي تتيح المضي قدماً انطلاقاً من تلك النقطة. ولقد اخترنا نهجاً متحفظاً، لا يتطلب افتراضات إضافية، أو غير مختبرة، حول هيكل الأخطاء الخاصة بالتقويم؛ وذلك هو الإجراء لتحليل ارتدادي واحد للموقع webwhiteandblue.org، وتحليل مماثل آخر للمواقع الثمانية الأُخَر.

المراجع

Adler, E. Scott, Chariti E. Gent, and Cary B. Overmeyer. 1998. "The Home Style Homepage: Legislator Use of the World Wide Web for Constituency Contact." *Legislative Studies Quarterly* 23(4): 585-95.

Almond, Gabriel A., and Sidney Verba. 1963. *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton: Princeton University Press.

Ansolabchere, Stephen, and Shanto Iyengar. 1995. *Going Negative: How Political Advertisements Shrink and Polarize the Electorate*. New York: Free Press.

Bimber, Bruce. 2003. *Information and American Democracy: Technology in the Evolution of Political Power*. New York: Cambridge University Press.

Davis, Richard. 1999. *The Web of Politics: The Internet's Impact on the American Political System*. Oxford: Oxford University Press.

Delli Carpini, Michael X. 2000. "Gen.com: Youth, Civic Engagement, and the New Information Environment." *Political Communication* 17(4): 341-49.

Delli Carpini, Michael X., and Scott Keeter. 1996. *What Americans Know About Politics and why it Matters*. New Haven: Yale University Press.

Druckman, James N. 2003. "The Power of Television Images: The First Kennedy-Nixon Debate Revisited." *The Journal of Politics* 65(2): 559-71.

Dutton, William, Brian Kahin, Ramon O'Callaghan, and Andrew W. Wyckoff. 2004. *Transforming Enterprise*. London: MIT Press.

Frydlewicz, Rob. 2002. *DoubleClick 2002 Summer Cross Media Reach Study*. New York: DoubleClick.

Graber, Doris A. 2001. *Processing Politics: learning from Television in the Internet Age*. Chicago: University of Chicago Press.

Hamilton, James T. 2004. *All the News That's Fit to Sell: How the Market Transforms Information into News*. Princeton: Princeton University Press.

Iyengar, Shanto, and Simon Jackman 2003. "Technology and Politics: Incentives for Youth Participation." Paper presented at the International Conference on civic Education Research, New Orleans.

Kandel, Eric R., James H. Schwartz, and Thomas M. Jessell. 1995. *Essentials of Neutral Science and Behavior*. Norwalk, CT: Appleton and Lange.

Krosnick, Jon A., and LinChiat Chang. 2001. "A Comparison of the Random Digit Dialing Telephone Survey Methodology with Internet Survey Methodology as Implemented by Knowledge Networks and Harris Interactive." Paper presented at the Annual Meeting of the American Association for Public Opinion Research. Montreal.

Larsen, Elena, and Lee Rainie. 2002. *The Rise of the E-Citizen: How People Use Government Agencies' Web Sites.* Washington: Pew Internet and American Life Project.

Lenhart, Amanda, Lee Rainie, and Oliver Lewis. 2001. *Teenage Life Online: The Rise of the Instant-Message Generation and the Internet's Impact on Family Relationships.* Washington: Pew Internet and American Life Project.

Lupia, Arthur, 2001. *Evaluation: The Web White and Blue Network, 2000.* New York: The Markle Foundation.

Lupia, Arthur, and Mathew D. McCubbins. 1998. *The Democratic Dilemma: Can Citizens Learn What They Need to Know?* New York: Cambridge University Press.

Lupia, Arthur, with Zeo Baird. 2003 "Can Web Sites Change Citizens? Implications of Web White and Blue 2000." *PS: Political Science and Politics* 36(1): 77-82.

Mansbridge, Jane. 1999. "On the Idea that Participation Makes Better Citizens." In *Citizen Competence and Democratic Institutions*, eds. Stephen L. Elkin and Karol E. Soltan. University Park, PA: Penn State Press, pp. 291-325.

Nielsen, Jakob. 2000. *Designing Web Usability: The Practice of Simplicity.* Indianapolis: New Riders Publishing.

Norris, Pippa. 1996. "Does Television Erode Social Capital? A Reply to Putnam." *PS: Political Science and Politics* 29(3): 474-80.

Owen, Diana, Richard Davis, and Vincent James Strickler: 1999. "Congress and the Internet." *Harvard International Journal of Press/Politics* 4(1): 10-29.

Patterson, Thomas E. 1993. *Out of Order.* New York: Knopf.

Petty, Richard E., and John T. Cacioppo. 1986. *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes and Attitude Change.* New York: Springer-Verlag.

Prior, Marcus. 2002. "More Than a Thousand Words: Visual Cues and Visual Knowledge." Paper prepared for the Annual Meeting of the Midwest Political Science Association.

Putnam, Robert D. 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.

Schacter, Daniel L. 2001. *The Seven Sins of Memory: How the Mind Forgets and Remembers*. Boston: Houghton Mifflin.

Schuessler, Alexander A. 2000. *A Logic of Expressive Choice*. Princeton: Princeton University Press.

Soule, Suzanne. 2001. "Will They Engage? Political Knowledge, Participation and Attitudes of Generations X and Y." Prepared for the 2001 German and American Conference, "Active Participation or a Retreat to Privacy."

Sniderman, Paul M., and Douglas B. Grob. 1996. "Innovations in Experimental Design in Attitude Surveys." *Annual Review of Sociology* 22: 377-99.

Sunstein, Cass. 2001. *Republic.com*. Princeton: Princeton University Press.

Verba, Didney, and Norman H. Nie. 1972. *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. New York: Harper and Row.

Verba, Sidney, Kay Lehman Schlozman, and Henry E. Brady. 1995. *Voice and Equality: Civic Volunteerism in American Politics*. Cambridge: Harvard University Press.

Weber, Lori, Alysha Loumakis, and James Bergman. 2003. "Who Participates and Why? An Analysis of Citizens on the Internet and the Mass Public." *Social Science Computer Review* 21(1): 26-42.

قواعد النشر

أولاً: القواعد العامة

1. تقبل للنشر في هذه السلسلة البحوث المترجمة من اللغات الأجنبية المختلفة، وكذلك الدراسات التي يكتبها سياسيون وكتاب عالميون.

2. يُشترط أن يكون البحث المترجم أو الدراسة في موضوع يدخل ضمن اهتمامات المركز.

3. يشترط ألا يكون قد سبق نشر الدراسة أو نشر ترجمتها في جهات أخرى.

4. تصبح الدراسات والبحوث المنشورة في هذه السلسلة ملكاً لمركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ولا يحق للمترجم أو المؤلف إعادة نشرها في مكان آخر.

5. يتولى المركز إجراءات الحصول على موافقة الناشرين الأصليين للبحوث المترجمة.

ثانياً: إجراءات النشر

1. تقدم الدراسة أو الترجمة مطبوعة من نسخة واحدة.

2. ترفق مع الترجمة صورة من المقالة باللغة المترجم عنها، وبيانات عن المصدر الذي أخذت منه.

3. يرسل مع البحث أو الترجمة بيان موجز بالسيرة العلمية للمترجم أو للباحث.

4. تقوم هيئة التحرير بمراجعة البحث أو الترجمة للتأكد من مستواهما، من خلال مراجعين من ذوي الاختصاص.

5. يخطر الباحث أو المترجم بنتيجة المراجعة خلال ثلاثة أشهر من تاريخ تسلم البحث.

6. تتولى هيئة التحرير المراجعة اللغوية وتعديل المصطلحات بما لا يخل بمضمون البحث أو الترجمة.

صدر من سلسلة «دراسات عالمية»

1. نحو شرق أوسط جديد، إعادة النظر في المسألة النووية — أفنر كوهين
2. السيطرة على الفضاء في حرب الخليج الثانية وما بعدها — ستيفن لمباكيس
3. النزاع في طاجكستان، التفاعل بين التمزق الداخلي والمؤثرات الخارجية (1991 - 1994) — جوليان ثوني
4. حرب الخليج الثانية، التكاليف والمساهمات المالية للحلفاء — ستيفن داجت، جاري جي. باجليانو
5. رأس المال الاجتماعي والاقتصاد العالمي — فرانسيس فوكوياما
6. القدرات العسكرية الإيرانية — أنتوني كوردزمان
7. برامج الخصخصة في العالم العربي — هارفي فيجنباوم وجفري هينج وبول ستيفنز
8. الجزائر بين الطريق المسدود والحل الأمثل — هيو روبرتس
9. المشاكل القومية والعرقية في باكستان — أبها دكسيت
10. المناخ الأمني في شرق آسيا — سنجانا جوشي
11. الإصلاح الاقتصادي في الصين ودلالاته السياسية — وي وي زانج
12. السياسة الدولية في شمال شرق آسيا... المثلث الاستراتيجي: الصين - اليابان - الولايات المتحدة الأمريكية — توماس ويلبورن
13. رؤية استراتيجية عامة للأوضاع العالمية — إعداد: إيرل تيلفورد
14. العراق في العقد المقبل: هل سيقوى على البقاء حتى عام 2002؟ — جراهام فولر
15. السياسة الخارجية الأمريكية بعد انتهاء الحرب الباردة — دانيال وارنر
16. التنمية الصناعية المستديمة — ديفيد والاس
17. التحولات في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: التحديات والاحتمالات أمام أوربا وشركائها — فيرنر فاينفلد ويوزيف يانج وسفن بيرنيد
18. جدلية الصراعات العرقية ومشاريع النفط في القوقاز — فيكن تشيتريان
19. العلاقات الدفاعية والأمنية بين إنجلترا وألمانيا «نظرة تقويمية» — إدوارد فوستر وبيتر شميت

صدر من سلسلة «دراسات عالمية»

20. اقتصادات الخليج: استراتيجيات النمو في القرن الحادي والعشرين — تحرير: جوليا ديفلين
21. القيم الإسلامية والقيم الغربية — علي الأمين المزروعي
22. الشراكة الأوربية - المتوسطية: إطار برشلونة — آر. كيه. رامازاني
23. رؤية استراتيجية عامة للأوضاع العالمية (2) — إعداد: إيرل تيلفورد
24. النظرة الآسيوية نحو دول الخليج العربية — كيه. إس. بلاكريشنان، جوليوس سيزار بارينياس، جاسجيت سنج، فيلوثفار كاناجا راجان
25. سياسة أوربا الخارجية غير المشتركة — فيليب جوردون
26. سياسة الردع والصراعات الإقليمية المطامح والمغالطات والخيارات الثابتة — كولن جراي
27. الجرأة والحذر في سياسة تركيا الخارجية — مالك مفتي
28. العولمة الناقصة: التفكك الإقليمي والليبرالية السلطوية في الشرق الأوسط — يزيد صايغ
29. العلاقات التركية - الإسرائيلية من منظور الجدل حول الهوية التركية — م. هاكان يافوز
30. الثورة في الشؤون الاستراتيجية — لورنس فريدمان
31. الهيمنة السريعة: ثورة حقيقية في الشؤون العسكرية التقنيات والأنظمة المستخدمة لتحقيق عنصري الصدمة والترويع — هارلان أولمان وجيمس بي. ويد
32. التيارات السياسية في إيران 1981 - 1997 — تأليف: سعيد برزين، ترجمة: علاء الرضائي
33. اتفاقيات المياه في أوسلو 2: تفادي كارثة وشيكة — ألوين روير
34. السياسة الاقتصادية والمؤسسات والنمو الاقتصادي في عصر العولمة — تيرنس كاسي

صدر من سلسلة «دراسات عالمية»

35. دولة الإمارات العربية المتحدة
الوطنية والهوية العربية - الإسلامية — سالي فندلو

36. استقرار عالم القطب الواحد — وليم وولفورث

37. النظام العسكري والسياسي في باكستان — تأليف: إيزابيل كوردونير
ترجمة: عبدالله جمعة الحاج

38. إيران بين الخليج العربي وحوض بحر قزوين
الانعكاسات الاستراتيجية والاقتصادية — شيرين هنتر

39. برنامج التسلح النووي الباكستاني
نقاط التحول والخيارات النووية — سمينة أحمد

40. تدخل حلف شمال الأطلسي في كوسوفا — ترجمة: الطاهر بوساحية

41. الاحتواء المزدوج وما وراءه:
تأملات في الفكر الاستراتيجي الأمريكي — عمرو ثابت

42. الصراع الوطني الممتد والتغير في الخصوبة:
الفلسطينيون والإسرائيليون في القرن العشرين — فيليب فرج

43. مفاوضات السلام وديناميه
الصراع العربي - الإسرائيلي — عمرو جمال الدين ثابت

44. نفط الخليج العربي: الإنتاج والأسعار حتى عام 2020 — ديرموت جيتلي

45. انهيار العملية السلمية الفلسطينية - الإسرائيلية:
أين الخلل؟ — جيروم سليتر

46. ثورة المعلومات والأمن القومي — تحرير: توماس كوبلاند

47. القانون الدولي والحرب ضد الإرهاب — كريستوفر جرينوود

48. إيران والعراق — تشاس فريمان (الابن) وآخرون

49. إصلاح أنظمة حقوق الملكية الفكرية
في الدول النامية: الانعكاسات والسياسات — طارق علمي ومايا كنعان

50. الأسطورة الخضراء:
النمو الاقتصادي وجودة البيئة — ماريان رادتسكي

صدر من سلسلة «دراسات عالمية»

.51	التصورات العربية لتركيا وانحيازها إلى إسرائيل بين مظالم الأمس ومخاوف اليوم	أوفرا بنجيو وجنسر أوزكان
.52	مستقبل الأيدز: الحصيلة المروعة في روسيا والصين والهند	نيكولاس إيبراشتات
.53	الدور المتغير للمعلومات في الحرب	تحرير: زلمي خليل زاد وجون وايت
.54	مسؤولية الحماية وأزمة العمل الإنساني	جاريث إيفانز ومحمد سحنون وديفيد ريف
.55	الليبرالية وتقويض سيادة الإسلام	عمرو ثابت
.56	الوفاق الهندي - الإسرائيلي	أفرايم إنبار
.57	الفضائيات العربية والسياسة في الشرق الأوسط	محمد زياني
.58	دور تصدير المياه في السياسة الإيرانية الخارجية تجاه مجلس التعاون لدول الخليج العربية	كامران تارمي
.59	أهمية النجاح: الحساسية إزاء الإصابات والحرب في العراق	كريستوفر جيلبي وآخران
.60	الفوز مع الحلفاء: القيمة الاستراتيجية للنموذج الأفغاني	ريتشارد أندريس وآخران
.61	الخروج من العراق: استراتيجيات متنافسة	توماس ماتير
.62	آراء من داخل الشبكة: تأثير المواقع الإلكترونية في الاهتمامات السياسية لدى الشبان	آرثر لوبيا و تاشا فيلبوت

قسيمة اشتراك في سلسلة

«دراسات عالمية»

الاســم : ....

المؤسسة : ....

العنـوان : ....

ص. ب : .... المـدينــة : ....

الرمز البريدي : ....

الـدولـة : ....

هـاتـف : .... فـاكـس : ....

البريد الإلكتروني : ....

بدء الاشتراك: (من العدد: .... إلى العـدد : ....)

رسوم الاشتراك*

للأفـراد:	220 درهماً	60 دولاراً أمريكياً
للمؤسسات:	440 درهماً	120 دولاراً أمريكياً

- ☐ للاشتراك من داخل الدولة يقبل الدفع النقدي، والشيكات، والحوالات النقدية.
- ☐ للاشتراك من خارج الدولة تقبل فقط الحوالات المصرفية شاملة المصاريف.

على أن تسدد القيمة بالدرهم الإماراتي أو بالدولار الأمريكي باسم مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.

حساب رقم 1950050565 ـ بنك أبوظبي الوطني ـ فرع الخالدية

ص. ب: 46175 أبوظبي ـ دولة الإمارات العربية المتحدة

ترجى موافاتنا بنسخة من إيصال التحويل مرافقة لقسيمة الاشتراك إلى العنوان التالي:

مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية

قسم التوزيع والمعارض

ص.ب: 4567 أبوظبي ـ دولة الإمارات العربية المتحدة

هاتف: 4044445(9712) فاكس: 4044443 (9712)

البريد الإلكتروني: books@ecssr.ae

الموقع على الإنترنت: http://www.ecssr.ae

* تشمل رسوم الاشتراك الرسوم البريدية، وتغطي تكلفة اثني عشر عدداً من تاريخ بدء الاشتراك.



مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية
ص.ب: 4567 - أبوظبي - دولة الإمارات العربية المتحدة
هاتف: 4044541 -2- 971 - فاكس: 4044542 -2- 971
E-mail: pubdis@ecssr.ae
Website: http://www.ecssr.ae

ISSN 1682 - 1211
ISBN 9948-00-887-1



